



Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen

Modulhandbuch Automobilwirtschaft

Automotive Business

Gültig ab WS 12/13 (Stand Sept. 2015)

Inhalt

Präambel für den allgemeinen Teil des Modulhandbuchs	4
Grundlagenstudium	8
I.1 Automobilnachfrage und -absatz.....	8
I.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen in der Automobilwirtschaft	20
I.3 Betriebswirtschaftliche Funktionen	26
I.4 Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler	32
I.5: Quantitative Methoden und wissenschaftliches Arbeiten I.....	38
I.6 Business English I & Business Computing I.....	44
II.1 Wertschöpfungsstrukturen und -prozesse.....	49
II.2 Rechtsgrundlagen in der Automobilwirtschaft.....	58
II.3 Kernfunktionen und -prozesse in der Automobilwirtschaft.....	62
II.4 Jahresabschluss	68
II.5 Quantitative Methoden und wissenschaftliches Arbeiten II.....	74
II.6 Business English II & Business Computing II.....	82
III.1 IT-gestützte Prozesse in der Automobilwirtschaft	87
III.3 Automobiltechnik und Projektmanagement.....	93
III.4 Mikroökonomie	100
III.5 Internes Rechnungswesen und Unternehmensrechnung.....	105
III.6 Business English III & Business Computing III.....	111
IV.1 Strategisches Management	116
IV.2 Wettbewerbs- und Wirtschaftsrecht in der Automobilwirtschaft.....	120
IV.3 Managementfunktionen und -instrumente	127
IV.4 Makroökonomie und Wirtschaftspolitik	133
IV.5 Projekt- und Personalmanagement	142
IV.6 Interkulturelle Kompetenz	148
Vertiefungsstudium	155
V.1 Praxis	155
P1M1 Marketingschwerpunkte in der AuWi	157

P1M3 Produktpolitische Planung, Innovationen und neue Technologien	162
P2M3 Dienstleistungsmarketing und Financial Services i.d. AuWi	172
P1P2M4 Controlling in der Automobilwirtschaft	178
P1P2M5 Managementfunktionen und -prozesse	186
EM1 International Management	194
EM2 Intercultural communication and business behavior	200
EM4 Project/Seminar/Simulation/Study Tour	205

Präambel für den allgemeinen Teil des Modulhandbuchs

Kompetenzorientierung als didaktisches Prinzip an der HfWU

1. Kompetenzorientierung auf Hochschulebene

Die HfWU verfolgt das Ziel, ausgerichtet an ihrem Profil „Wirtschaft und Umwelt“ ein Spektrum an qualitativ hochstehenden, sowohl wissenschaftlich orientierten als auch praxisbezogenen Bachelor- und Masterstudiengängen anzubieten. Den Studierenden soll ermöglicht werden, ihre fachlichen, sozialen und persönlichen Kompetenzen so zu erweitern, dass sie mit erfolgreichem HfWU-Abschluss die Handlungskompetenz erlangen, die notwendig ist, um einerseits den Herausforderungen der Arbeitswelt auf Führungsebene gewachsen zu sein und andererseits die akademische Laufbahn fortsetzen zu können.

Unter Handlungskompetenz verstehen wir die Fähigkeit einer Person, sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen sachgerecht, reflektiert sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Handlungskompetenz setzt sich zusammen aus Fachkompetenz, Systemkompetenz, Selbstkompetenz und Sozialkompetenz.

Um sowohl die Studiengangleitungen als auch die Lehrenden dabei zu unterstützen, einerseits die in den einzelnen Lehrveranstaltungen jeweils angestrebten Qualifikationen explizit zu formulieren und andererseits ihre Lehrveranstaltung besser in das konzeptionelle Gesamtgefüge des Studiengangs einbinden zu können, wurde im Rahmen des Qualitätsmanagements im Qualitätszirkel Lehre eine Matrix der Qualifikationsziele für Bachelor- und Masterstudiengänge entwickelt.

In den Spalten der Matrix sind die unterschiedlichen Qualifikationsstufen dargestellt. Der Übergang insbesondere zwischen den für den Bachelor- bzw. Masterabschluss festgelegten Qualifikationsstufen ist fließend. Die Formulierungen sind so gewählt, dass sie den im Europäischen Qualifikationsrahmen (EQR) definierten Niveaus 6 (Bachelor) und 7 (Master) entsprechen.

In den Zeilen der Matrix sind die Bereiche, in denen die Qualifikation erlangt werden soll: Fachkompetenz, Systemkompetenz, Selbstkompetenz und Sozialkompetenz.

- Als Fachkompetenz bezeichnen wir die Fähigkeit einer Person, sich fachliches und methodisches Wissen anzueignen, dieses situationsgerecht anzuwenden und zielführend fortzuentwickeln.
- Als Systemkompetenz bezeichnen wir die Fähigkeit einer Person, Interdependenzen zwischen Themengebieten zu erkennen und zu verstehen sowie darauf aufbauend in der Lage zu sein, sich erfolgreich in komplexen Systemen zu bewegen bzw. diese zu steuern.
- Als Selbstkompetenz bezeichnen wir die Fähigkeit und Bereitschaft einer Person, selbstkritisch eigene Verhaltensweisen zu reflektieren und ggf. zu verändern.
- Als Sozialkompetenz bezeichnen wir die Fähigkeit und Bereitschaft einer Person, sich als Teil eines sozialen Systems mit Anderen verantwortungsbewusst auseinander zu setzen und zu verständigen und dabei gemeinsame Ziele zu erreichen.

Die Kompetenzorientierung auf Basis der Matrix der Qualifikationsziele beschränkt sich an der HfWU nicht allein auf die integrierte Förderung fachlicher und überfachlicher Kompetenzen, sondern umfasst auch die Bereiche

- Gestaltung kompetenzförderlicher Lernumgebungen
- Personalauswahl und -entwicklung
- Gestaltung von Rahmenbedingungen, die selbstgesteuertes Lernen ermöglichen.

Matrix der Qualifikationsziele für Bachelor- und Masterabsolvent/innen

Qualifikationsstufen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen Bachelor ¹	Kompetenzen Master ²
Qualifikationsbereiche				
Wissen über Inhalte und Methoden im Fach	kennen / verstehen	anwenden auf Fragestellungen in Theorie und Praxis (unter Anleitung)	übertragen auf neuartige Fragestellungen in Theorie und Praxis (eigenständig) Wissen aus verschiedenen Bereichen integrieren sich neues Wissen und Können erarbeiten	anwenden in neuen und unvertrauten Situationen, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit dem Studienfach stehen, neue Verfahren entwickeln kritisches Verständnis auf dem neusten Stand des Wissens in einem oder mehreren Spezialbereichen spezialisierte Problemlösungsfertigkeiten im Bereich Forschung und/oder Innovation.
Wissen über Systeme	kennen / verstehen	anwenden auf komplexe Systeme in Theorie und Praxis (unter Anleitung)	übertragen auf unbekannte Systeme in Theorie und Praxis (eigenständig)	wissenschaftlich fundierte Entscheidungen fällen auf der Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse berücksichtigen, die sich aus der Anwendung des Wissens und aus den eigenen Entscheidungen ergeben
Wissen über Selbststeuerung	kennen / verstehen	anwenden auf eigenes Verhalten (unter Anleitung)	Einstellungen und Verhaltensweisen ändern	Leitung und Gestaltung komplexer, unvorhersehbarer Arbeits- oder Lernkontexte, die neue strategische Ansätze erfordern
Wissen über soziale Prozesse	kennen / verstehen	anwenden auf alltägliche soziale Situationen (unter Anleitung)	Andere anleiten Verantwortung für die Gruppe übernehmen	Übernahme von Verantwortung für Beiträge zum Fachwissen und zur Berufspraxis und/oder für die Überprüfung der strategischen Leistung von Teams
Σ = Handlungskompetenz				

¹ Minimalanforderung Niveaustufe 6 des EQR

² Minimalanforderung Niveaustufe 7 des EQR

2. Kompetenzorientierung auf der Ebene der Studiengänge und Lehrveranstaltungen

Qualifikationsziele beschreiben die Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen, welche die Studierenden nach einer abgeschlossenen Lerneinheit erworben haben sollen. Eine Lerneinheit kann das gesamte Studienprogramm, ein Modul oder eine einzelne Lehrveranstaltung umfassen. Die Qualifikationsziele der jeweiligen Lerneinheiten unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Reichweite und dem Grad ihrer Konkretisierung.

Studienziele beschreiben die Kompetenzen, welche die Absolvent/innen eines Studiengangs für den erfolgreichen Einstieg in den Beruf (Berufsbefähigung) oder für ein weiterführendes Studium benötigen. Sie werden aus den Anforderungen in den angestrebten Berufsfeldern abgeleitet und in Studiengangprofilen akzentuiert. Die Studienziele sind umfassend und werden aus allen vier Kompetenzbereichen der Matrix der Qualifikationsziele gebildet.

Studienziele sind eher allgemein und global formuliert und bilden die Basis für die Entwicklung der Curricula. Um sie auf der Ebene des Lehrens und Lernens realisierbar zu machen, müssen sie in Qualifikationsziele für die einzelnen Module zerlegt werden.

Modulziele sind die erste Konkretisierung der Studienziele. Sie geben an, welche Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen die Studierenden in den verschiedenen Qualifikationsbereichen erwerben können. Da ein Modul sich in der Regel aus mehreren Lehrveranstaltungen zusammensetzt, sind die Modulziele zwar fachspezifisch formuliert, jedoch immer noch auf einer allgemeineren Ebene angesiedelt.

Angestrebte Lernergebnisse schließlich operationalisieren die Qualifikationsziele für einzelne Lehrveranstaltungen. Was sollen die Studierenden konkret tun können, so dass wir als Lehrende feststellen können, dass sie das Qualifikationsziel erreicht haben?

Bei der Formulierung der Qualifikationsziele ist die geplante Prüfungsmethode bereits zu berücksichtigen.

Die angestrebten Lernergebnisse im Vorfeld fest zu legen und zu beschreiben, ist entscheidend für die Planung von Lehre insgesamt sowie für die Planung der Inhalte, der Methoden, der Sozialformen, der Aufgaben und der Lernerfolgskriterien. Denn entsprechend dem angestrebten Niveau des Qualifikationsziels – Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen – sind jeweils andere Lernprozesse von den Lernenden zu leisten und von den Lehrenden anzuregen und zu begleiten.

Der Aufbau von Handlungskompetenz erstreckt sich über den gesamten Studienverlauf, indem jedes Modul und jede einzelne Lehrveranstaltung ihren Beitrag zum Erreichen der Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen leistet. Durch das systematische Abstimmen der Module auf die Studienziele, der einzelnen Lehrveranstaltungen auf die Modulziele und untereinander stellen die Studiengänge sicher, dass die angestrebten Studienziele von den Absolvent/innen erreicht werden können.

Weil Kompetenzen auf Fertigkeiten und diese auf Kenntnissen aufbauen, überwiegt zu Beginn des Studiums eine stärker inhaltsorientierte, auf den Aufbau von Wissen ausgerichtete Lehre. Sie verändert sich im Verlauf des Studiums mehr und mehr zu einer Form des Miteinander-Lehrens-und-Lernens, bis hin zur auf Kompetenzentwicklung ausgerichteten selbständigen Problembearbeitung durch die Studierenden.

3. Kompetenzorientierung auf der Ebene des Lernens

Sind die Studienziele transparent, so können die Studierenden die Bedeutung der einzelnen Lehrinhalte im Gesamtzusammenhang des Studiums besser erkennen und gelangen damit zu einer höheren Identifikation mit dem Studiengang und einer höheren Akzeptanz der fachlichen und überfachlichen Anforderungen.

Die Ausrichtung jeder Lerneinheit an Qualifikationszielen erleichtert den Studierenden ein zielführendes Lernen und Arbeiten, ermöglicht ihnen, adäquate Lernprozesse zu aktivieren, den Lernfortschritt kontinuierlich zu verfolgen und die eigenen Lernerfolge zu erkennen. Das dem Prinzip der Handlungssteuerung folgende Lernen erhöht die Motivation der Lernenden einerseits durch die Zielorientierung, andererseits erlaubt es das Erleben von Selbstwirksamkeit und Kompetenz.

Grundlagenstudium

Modulbeschreibung

Code I.1	Modulbezeichnung I.1 Automobilnachfrage und -absatz
-------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, den Mobilitäts- und Automobilmarkt aus verkehrs- und wirtschaftspolitischer Perspektive zu analysieren. Zusätzlich steht die Angebots- und Nachfragesituation auf den deutschen und europäischen Märkten im Mittelpunkt. Die Behandlung relevanter Veränderungstreiber ist auf die künftige Ausrichtung absatzpolitische Aktivitäten gerichtet. Damit werden die Handlungserfordernisse für Anbieter auf den Mobilitäts- und Automobilmärkten verdeutlicht und Grundlagen für strategische Entscheidungen auf den verschiedenen Stufen der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfungskette geschaffen. Die Studierenden sind damit in der Lage, marktseitige Herausforderungen mit den jeweils dafür geeigneten Methoden beschreiben, analysieren, lösen und die Ergebnisse interpretieren zu können. Das Modul ist außerdem auf Entscheidungsbereiche der Industrie-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen hinsichtlich der Erschließung und Bearbeitung von Märkten im Privat- und Geschäftskundenbereich (B2C und B2B) gerichtet, um institutionelle Unterschiede absatzgerichteter Aktivitäten in die Entscheidungsfindung einfließen zu lassen

Im Einzelnen werden folgende Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen erworben. Die Studierenden können:

- relevante Mobilitäts- und Marktkennzahlen für den Personen- und Güterverkehr ermitteln, berechnen und interpretieren,
- spezifische Verfahren, Techniken und Instrumente der Marktanalyse situationsgerecht auswählen und lösungsorientiert anwenden,
- die Nachfrage- und Absatzstrukturen der Mobilitäts- und Automobilmärkte im deutschen und europäischen Kontext erklären,
- relevante Veränderungstreiber für den Personen- und Güterverkehr, aber auch für die Automobilnachfrage ableiten, interpretieren und deren Bedeutung für die Ableitung von zukunftsgerichteten Marktszenarien einschätzen,
- die Beziehungen und Zusammenhänge zwischen der Mobilitäts- und Automobilnachfrage analysieren, um Konsequenzen und Herausforderungen für die künftige Marktbearbeitung erkennen zu können,
- die Unterschiede und Besonderheiten der automobilwirtschaftlichen Produkte und Dienstleistungen im Vergleich zu anderen Konsumgütern bestimmen,
- zum Konsumgütermarketing diskutieren die Ziele, Strategien und Instrumente der Markt- und Absatzanalyse beschreiben und deren Bedeutung für die Anbieter auf den Automobilmärkten abschätzen,
- einen Überblick über die organisatorische Ausgestaltung der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfung mit den beteiligten Industrie-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen darlegen
- die Marktakteure und deren Funktionen auf den verschiedenen Wertschöpfungsstufen der Automobilwirtschaft identifizieren, um eine Einordnung hinsichtlich der Marktbedeutung

<p>vornehmen zu können,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Empfehlungen für die Entwicklung von Betriebsformen und -funktionen auf den verschiedenen Stufen der automobil- und mobilitätsspezifischen Wertschöpfung abgeben ▪ die einzelnen Interessenlagen der Industrie-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen auf unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen analysieren und geeignete Konfliktlösungsmöglichkeiten beschreiben, um geeignete Instrumente und Aktivitäten ableiten zu können, ▪ Literatur und sonstige Quellen zu Fragen des Automobilabsatzes und der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfung eigenständig, auffinden, zielorientiert auswerten, um Handlungsoptionen daraus ableiten zu können, ▪ Aufgabenstellungen in der Gruppe bearbeiten und Gruppenarbeitsprozesse initiieren
<p>Inhalte</p> <p>Das Modul beschäftigt sich mit einzelnen in der Theorie nachvollziehbaren sowie in der Praxis zu beobachtenden Marktaktivitäten auf der Angebots- und Nachfrageseite im mobilitäts- und automobilwirtschaftlichen Kontext. Im Mittelpunkt stehen verkehrs- und wirtschaftspolitische Perspektiven der Mobilität. Es vermittelt insbesondere Kenntnisse und Anwendungsmöglichkeiten bezüglich der relevanten Marktmechanismen und Marktbearbeitungsinstrumente sowie relevante Funktionen der Unternehmen auf verschiedenen Wertschöpfungsstufen. Darüber hinaus werden aktuelle und relevante Veränderungstreiber dargelegt, um zukunftsgerichtete Handlungserfordernisse und Instrumente hinsichtlich der Markteroberung und -bearbeitung in den verschiedenen Wirtschaftssektoren der Industrie, des Dienstleistungssektors und des Handels identifizieren zu können. Das Modul gewährt Einblicke in die wertschöpfungsstufenübergreifende Zusammenarbeit im vertikalen und netzwerkbezogenen Kontext.</p>
<p>Lehr-/Lernformen</p> <p>Die Inhalte werden in zumeist interaktiven Vorlesungen vermittelt. Durch zahlreiche praktische Beispiele und durch die Integration von Case Studies werden Bezüge zu realen Funktionen und Aktivitäten von Industrie-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen hergestellt. Durch die Lehrtätigkeit von Dozenten, die sowohl praktische als auch forschungsseitige Erfahrungen nachweisen können, wird die Anwendungsorientierung im Modul deutlich intensiviert. Verschiedene Lerninhalte sind im Eigenstudium zu erarbeiten.</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

<p>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</p>	<p>Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Hinblick auf die Unternehmensfunktion des Marketings werden vorausgesetzt.</p>
<p>Vorbereitung für das Modul</p>	<p>Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen</p>

Verwendbarkeit des Moduls

<p>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</p>	<p>Es bestehen Querverbindungen zu den Modulen, die sich mit Unternehmensfunktionen und –prozessen sowie insbesondere mit dem Marketing und strategischen Entscheidungen</p>
--	--

	auseinandersetzen. Enge inhaltliche Verbindungen bestehen zum Modul I.2 „Betriebswirtschaftliche Grundlagen“, zum Modul II.1 „Wertschöpfungsstrukturen und -prozesse“, zum Modul II.3 „Kernfunktionen und Prozesse“, zum Modul III.1 „IT-gestützte Prozesse“ sowie zum Modul IV.1 „Strategisches Management“.
Einsatz in anderen Studiengängen	Das Modul ist als Vertiefung für die Studierenden der betriebswirtschaftlichen Bachelorstudiengänge am Standort Geislingen, des Bachelorstudiengangs Volkswirtschaftslehre und der Masterstudiengänge „Automotive Management“, „Unternehmensführung“ und „Internationales Management“ geeignet.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p>Inhalte Insbesondere durch den Bezug auf die relevanten Veränderungstreiber hinsichtlich der Mobilitätsnachfrage und der Automobilität werden Aspekte vertieft, die ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsaspekten gerecht werden.</p>
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60)	100 %

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Stefan Reindl		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte 125 h mit folgender Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 h (36%)	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 45 h (36%)	Aufgaben/Gruppenarbeit 35 h (28%)

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code I.1.1	Grundlagen: Mobilität und Automobilwirtschaft
Code I.1.2	Markt- und Absatzstrukturen in der Automobilwirtschaft

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.1.1	Titel der Lehrveranstaltung Mobilität und Automobilwirtschaft
---------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die u.g. Inhalte zu verstehen und anzuwenden. Dabei erweitern sie ihre

Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:

- Die Studierenden gewinnen einen Überblick über das Marktgeschehen und marktgerichtete Aktivitäten auf Angebots- und Nachfrageseite der Mobilität.
- Sie ermitteln, verstehen und interpretieren relevante Kennzahlen hinsichtlich des Personen- und Güterverkehrs.
- Die Studierenden analysieren relevante Veränderungstreiber, vor allem hinsichtlich nachhaltiger Mobilitätskonzepte.
- Sie sind in der Lage, die Unterschiede zwischen der Zwangs- und Freizeitmobilität sowie im Hinblick auf die räumliche Ausdifferenzierung relevanter Lebensbereiche zu analysieren und die daraus resultierenden Folgen für den Mobilitätsbedarf zu interpretieren.
- Sie können darüber hinaus im Hinblick auf den Güterverkehr die Relevanz der arbeitsteiligen Produktion von Gütern und Dienstleistungen im In- und Ausland für das Verkehrsaufkommen und die Verkehrsleistung analysieren und interpretieren.
- Die Studierenden erkennen die Mobilitätsnachfrage als Grundlage der Nachfrage in der Automobilwirtschaft mit ihren verschiedenen Wertschöpfungsstufen, funktionen und -sektoren.

Fertigkeiten bezogen auf Systeme

- Die Studierenden verstehen den Zusammenhang zwischen Mobilitäts- und Automobilnachfrage und die nachfragegerechte Ausgestaltung von Produkten und Dienstleistungen.
- Sie betrachten den Strukturwandel in der Mobilitäts- und Automobilwirtschaft als Spiegel der Umfeldveränderungen. Sie sind in der Lage, die Bedeutung des strategischen Managements in offenen und geschlossenen ökonomischen Systemen zu analysieren.
- Sie betrachten den Strukturwandel in der Mobilitäts- und Automobilwirtschaft als Spiegel der Umfeldveränderungen.

Fertigkeiten der Selbstorganisation

- Die Studierenden befassen sich selbstständig mit der einschlägigen Grundlagenliteratur zu den Verkehrswissenschaften, aber auch zu den Wertschöpfungsstrukturen in der Automobilwirtschaft.
- Sie sind in der Lage, diese in Verbindung mit den Vorlesungsinhalten zu bringen und zu erkennen, auf welchen Gebieten unterschiedliche Lehrmeinungen bestehen. Sie können nachvollziehen, aus welchen Gründen unterschiedliche Auffassungen zu bestimmten Teilfragen der Verkehrswissenschaften und der Automobilwirtschaft möglich und sinnvoll sind.

Fertigkeiten im Umgang mit Anderen

- Die Studierenden diskutieren in der Lehrveranstaltung mit den anderen Mitgliedern der
- Gruppe über die sinnvolle Mobilitätssysteme und Angebotsformen sowie die daraus resultierenden Anforderungen auf Industrie-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen.
- Sie können ihre Auffassungen artikulieren und im Disput mit gegenteiligen Meinungen vertreten.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

1. Das Automobil aus verkehrspolitischer Perspektive

- 1.1. Einführung und Definitionen
- 1.2. Die Struktur und Entwicklung des Personenverkehrs
 - 1.2.1. Entwicklungslinien im Personenverkehr
 - 1.2.2. Die Rolle des Automobils im Personenverkehr
 - 1.2.3. Veränderungstreiber hinsichtlich der Automobilität
- 1.3. Die Struktur und Entwicklung des Güterverkehrs
 - 1.3.1. Entwicklungslinien im Güterverkehr
 - 1.3.2. Die Rolle des LKW im Güterverkehr
- 1.4. Mobilitäts- und verkehrspolitische Tendenzen
 - 1.4.1. Grundlagen zur Verkehrspolitik
 - 1.4.1.1 Verkehrspolitische Ziele
 - 1.4.1.1. Verkehrspolitische Instrumente
 - 1.4.1.2. Akteure und Träger der Verkehrspolitik
 - 1.4.2. Verkehrspolitische Handlungsfelder
 - 1.4.2.1. Reduktion der Umweltbelastungen
 - 1.4.2.2. Erhöhung der Verkehrssicherheit
 - 1.4.2.3. Erhaltung der Mobilität
 - 1.4.2.4. Einsatz von Verkehrsleittechnik und Fahrerassistenzsystemen
- 1.5. Perspektiven und Tendenzen der Verkehrsentwicklung

2. Das Automobil aus wirtschaftspolitischer Perspektive

- 2.1. Automobilwirtschaft: Begriff und Abgrenzung
- 2.2. Strukturelle Aspekte der Automobilwirtschaft
- 2.3. Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Automobilwirtschaft
 - 2.3.1. Wachstum und Beschäftigung
 - 2.3.2. Weitere volkswirtschaftliche Zielgrößen

3. Fazit

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Diskussion in der Gruppe
- Gemeinsames Durchdenken von Fragen und Lösungen
- Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen
- Selbststudium, kooperatives Lernen

Zur Herstellung einer Wissensbasis werden im Vorlesungsstil insbesondere die differenziert zu betrachtenden Interessenlagen, Ziele, Strategien der Marktbeteiligten vermittelt. Dabei stehen Analysen des Mobilitäts- und Automobilmarktes im deutschen und europäischen Kontext im Mittelpunkt. Zusätzlich werden auf Basis der sich dynamisch wandelnden Umfeldbedingungen Herausforderungen hinsichtlich geeigneter Angebotsformen zum Auf- und Ausbau eines hohen Mobilitätsniveaus dargelegt.

Die Studierenden werden mittels interaktiver Lehrgespräche in den Lernprozess eingebunden. Zur Erhöhung des Anwendungsbezugs werden die theoretischen Inhalte durch praktische Beispiele veranschaulicht. Vorlesungsbegleitend soll seitens der Studierenden die einschlägige Grundlagenliteratur erschlossen werden.

Als Spezialthematik wird der Zusammenhang zwischen der Mobilitätsnachfrage und der

wirtschaftlichen Bedeutung des Automobilsektors aufgegriffen. Die Lerninhalte werden zur Schaffung einer ausreichenden Wissensbasis zunächst im Vorlesungsstil dargelegt. Darauf aufbauend erarbeiten die Studierenden Fallstudien zur Entwicklung nachfragegerechter Angebotsstrukturen im Mobilitätssektor. Die Ergebnisse werden vor dem Plenum erarbeitet, präsentiert und in diesem diskutiert. Durch Einbezug weiterer Case Studies aus der Praxis wird verdeutlicht, mit welchen Strategien und Instrumenten sich die verschiedenen Marktakteure am Markt behaupten können.

Lehr-/Lernmethoden

Die Inhalte werden in zumeist interaktiven Vorlesungen vermittelt. Durch zahlreiche praktische Beispiele und durch die Integration von Case Studies werden Bezüge zu realen Marktverhältnissen und -aktivitäten hergestellt. Durch den Einsatz eines Dozenten aus dem praktischen und forschungsseitigen Umfeld der Mobilitäts- und Automobilwirtschaft wird die Anwendungsorientierung im Modul deutlich intensiviert. Verschiedene Lerninhalte sind im Eigenstudium zu erarbeiten.

Literatur/Lehrmaterial

- Bauer, H.H., Hammerschmidt, M., Brähler, M. (2002): Kundenwertbasierte Unternehmensbewertung – Das Customer Lifetime Value-Konzept und sein Beitrag zu einer Marketingorientierten Unternehmensbewertung, in: GfK Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung 4/2002, S. 324-342.
- BCG – The Boston Consulting Group (Hrsg.) (2012): The European Automotive Aftermarket Landscape. Consumer Perspective, Market Dynamics and the Outlook to 2020, München, Wien, London 2012.
- Belz, Chr. und Bieger, Th. (Hrsg.) (2004): Customer Value. Kundenvorteile schaffen Unternehmensvorteile, Frankfurt a. M. 2004.
- BMVI (2014): Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, Statistik, www.bmvi.de
- Manfred Bruhn, M. (2011): Unternehmens- und Marketingkommunikation. Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement, 2., vollst. Überarb. u. erw. Auflage, München 2011.
- CECRA: European Council for Motor Trades and Repairs, www.cecra.eu.
- DAT-Report (1994 ff.): Deutsche Automobil Treuhand GmbH (Hrsg.), Ostfildern.
- DESTATIS: Statistisches Bundesamt, www.destatis.de.
- Diez, W. (1999): Prozessoptimierung im Automobilvertrieb – Auf dem Weg zu einem integrierten Kunden- und Kostenmanagement, Wiesbaden 1999.
- Diez, W. (2006): Automobil-Marketing – Navigationssystem für neue Absatzstrategien, 5. aktual. und erw. Aufl., Landsberg am Lech 2006.
- Diez, W., Maier, B. (2014): Die TOP 100 Händlergruppen in Deutschland, 10. Aktualisierte Auflage, Geislingen/St. 2014.
- Diez, W., Reindl, St. (2003): Strukturwandel im Automobilservice, in: Thalhofer, R. (Hrsg.): Das 1x1 für den Servicevertrag. Ottobrunn b. München 2003, S. 15–36.
- Diez, W., Reindl, St. (Hrsg.) (2004): Mehrmarkenhandel - Chance oder Risiko. Ein Leitfaden für den erfolgreichen Mehrmarkenhändler, München 2004.
- Diez, W., Reindl, St. (2005): Faszination Service. Marktherausforderungen – Kundenerwartungen – Handlungsempfehlungen, München 2005.
- Diez, W., Reindl, St. (2006): Zukunftsperspektiven für Finanzdienstleistungen in der Automobilwirtschaft, in: Meunzel, R./Brachat, H. (Hrsg.): Die Stimme der Branche, München 2006.
- Diez, W., Reindl, St. (2012): Struktur und Bedeutung des Automobilmarktes in Deutschland, in: Diez, W., Reindl, S., Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München 2012, S. 17-43.
- Diez, W., Reindl, St., Brachat, H. (Hrsg.) (2012): Grundlagen der Automobilwirtschaft. 5., kompl. aktual. Aufl., München 2012. GdV: Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. GDV, www.gdv.de.
- Götze, U. (1991): Szenario-Technik in der strategischen Unternehmensplanung, Wiesbaden 1991.
- GVA: Gesamtverband Autoteile-Handel e.V., www.gva.de.
- KBA: Kraftfahrt-Bundesamt, Statistik, www.kba.de.
- Little, A.D. (2008): Automotive After Sales 2015, Frankfurt 2008. Loyalty Management + Communications (2001): Kundenwert – Wie sich Kundenbindungsprogramme rechnen, Präsentationsunterlagen, Hamburg 2001.
- McNair, M. P. (1931): Trends in Large-Scale Retailing, in: Harvard Business Review, October 1931, S. 30-39.
- Plate, D. (2014): Das Netz 2014, in: Autohaus Spezial Händlernetze 2014, Sonder-heft mit Autohaus Nr. 6/2014, S. 4-8
- Puls Marktforschung GmbH (2012 ff.): Autokäufer – der monatliche Trendreport für profitablen Autoverkauf, versch. Ausgaben..
- Puls Marktforschung GmbH (2012 ff.): PulsSchlag, versch. Ausgaben.
- Reindl, St. (2006): Szenarien für den Automobilservice 2020, in: Meunzel, R./Brachat, H. (Hrsg.): Die Stimme der Branche, München 2006.
- Reindl, St. (2009): Qualitatives Wachstum. Stärkung des Autohausgeschäftes durch Finanzdienstleistungen, in: Meunzel, R./Wagner, E. (Hrsg.): Mehr Erfolg mit Finanzdienstleistungen, München 2009.
- Reindl, St. (2012a): Das Automobil als dominierendes Verkehrsmittel, in: Diez, W., Reindl, S., Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München 2012, S. 45-68.
- Reindl, St. (2012 b): Lifecycle-Management - Realisierung von Umsatz- und Gewinnpotenzialen im Autohaus, Arbeitspapier 5/2012, Institut für Automobilwirtschaft, Geislingen 2012.
- Reindl, St., Freudenthaler M. (2006): Customer Value – Das optimale GW-Angebot aus Sicht des Kunden, Freiburg-München 2006.
- Reindl, St., Freudenthaler, M. (2008): Customer Lifetime – Wertschöpfung ein Kundenleben lang, Freiburg-München 2008.
- Reindl, St., Freudenthaler, M. (2010): Customer Challenge, Was macht die Erfolgreichen so erfolgreich, Geislingen und Freiburg 2010.
- Reindl, St., Freudenthaler, M., Merten, Chr. (2008): Ölmaking als Erfolgsfaktor, Forschungsbericht Nr. 4/2008 des Instituts

für Automobilwirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt, Geislingen 2008.

Reindl, St., Klümper, M. (2012a): Aftermarket und Servicegeschäft - Wertschöpfungs- und Ertragssäule, in: CTi (Hrsg.): Basiswissen Automobil-Industrie, Düsseldorf 2012.

Reindl, St., Klümper, M. (2012b): Auto & Mobilität - Mobilität & Trends sowie Mobilitätsdienstleistungen und -konzepte, in: CTi (Hrsg.): Basiswissen Automobil-Industrie, Düsseldorf 2012.

Reindl, St., Klümper, M. (2012c): Automobilwirtschaft - wirtschaftliche Bedeutung, Strukturen und Zusammenhänge, in: CTi (Hrsg.): Basiswissen Automobil-Industrie, Düsseldorf 2012.

Reindl, St., Klümper, M. (2012d): Mobilitätsdienstleistungen in der Automobilwirtschaft, in: Diez, W., Reindl, S., Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München 2012, S. 331-358.

Reindl, St., Klümper, M. (2013): Automobilservice 2025. Entwicklungslinien im Servicegeschäft der Zukunft, München 2013.

Reindl, St., Maier, B. (2013): Direktannahme-Management. Optimierung des Servicegeschäfts durchsystemgestützte Konzepte in der Dialogannahme, Geislingen 2013.

Reindl, St., Maier, B. (2014): IFA Handelsmonitor 2014, Geislingen/St. 2014

Retzmann, Th. (1996): Die Szenario Technik. Eine Methode für ganzheitliches Lernen im Lernfeld Arbeitslehre, in: awt-info, 15. Jg. 1996, Heft 2, S. 13-19.

SchwackeMarkenMonitor (1998 ff.): MarkenMonitor – HändlerzufriedenheitsMonitoring 2014, Teil 1, Maintal.

Sieg, Chr. (2004): Der professionelle Serviceberater. Die eigene Qualifizierung aktiv gestalten, 2. Aufl., München 2004.

STATISTA Statista GmbH, de.statista.com.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2012 ff.): Datenreport. Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Bruttoinlandsprodukt 2011 für Deutschland, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Produzierendes Gewerbe. Beschäftigung und Umsatz der Betriebe der Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Vorläufige Ergebnisse der Bevölkerungsfortschreibung auf Grundlage des Zensus 2011, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Verkehr. Verkehr aktuell, Fachserie 8, Reihe 1.1, Wiesbaden.

VDA (Hrsg.): Geschäftsbericht des Verbands der Automobilindustrie 2013, Frankfurt/Main.

VDA: Verband der Automobilindustrie e. V., www.vda.de.

VMF: Verband markenunabhängiger Fuhrparkmanagementgesellschaften e.V., Restwertindikator.

VREI: Verein Freier Ersatzteilemarkt e.V. www.vrei.de.

Wolk (Hrsg.) (2012a): Garage service concepts in the European car aftermarket: Databook, Bergisch Gladbach 2012.

Wolk (Hrsg.) (2012b): After Sales Goes Online, Bergisch Gladbach 2012.

Wolk (Hrsg.) (2013): The Car Aftermarket in Europe, Bergisch Gladbach, 2013.

ZDK (Hrsg.): Zahlen und Fakten, Bonn.

Besonderes

Fallweise Vorträge von Gastreferenten/innen im Modul VI.1 „Case Studies und Oberseminar“ (Vorlesung „Ausgewählte Themen“)

Empirische Kurzstudien zur Entwicklungslinien der Mobilität

Fallweise Exkursionen

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch (teilweise englischsprachige Unterlagen)
Workload				
2,5 ECTS-Punkte 62,5 h mit folgender Aufteilung				
Präsenz/ Kontakt 22,5 (36%)		Vor- und Nachbereitung/Selbststudium 22,5 (36%)		Aufgaben/Gruppenarbeit 17,5 (28%)

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.1.2	Titel der Lehrveranstaltung Markt- und Absatzstrukturen
---------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die u.g. Inhalte zu verstehen und anzuwenden. Dabei erweitern sie ihre

Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:

- Die Studierenden ermitteln, verstehen und interpretieren relevante Kennzahlen hinsichtlich der Motorisierung, der Marktsättigung und des Marktpotenzials für Automobile.
- Sie erarbeiten und interpretieren Segmentierungsansätze sowie Möglichkeiten und Grenzen der automobilbezogenen Marktsegmentierung
- Sie gewinnen einen Überblick über das Marktgeschehen und marktgerichtete Aktivitäten von Automobilherstellern und ihren Vertragspartnern auf der Großhandels- und Einzelhandelsebene.
- Die Studierenden analysieren das Käuferverhalten sowie diesbezügliche Veränderungstreiber.
- Sie sind in der Lage, die Rolle der Kundenzufriedenheit hinsichtlich der Zukunftssicherung von Betrieben der Automobilwirtschaft auszuloten sowie diesbezügliche Analysemethoden hinsichtlich ihrer Aussagekraft zu bewerten.
- Sie gewinnen darüber hinaus einen Überblick zu den relevanten Absatzstrukturen in der Automobilwirtschaft sowie im Hinblick auf die Zusammenarbeit von Herstellern und Absatzmittlern.
- Die Studierenden erkennen den notwendigen Strukturwandel hinsichtlich zukunftsgerichteter, netzwerkförmiger Vertriebskonzepte

Fertigkeiten bezogen auf Systeme

- Die Studierenden können die Wertschöpfungsstufen übergreifende Zusammenarbeit von Industrie-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen in das Gesamtsystem der Automobilwirtschaft einordnen.
- Sie können nachvollziehen, dass ein Transformationsprozess der arbeitsteiligen Zusammenarbeit in der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfung von vertikal- zu netzwerkförmigen Strukturen als Konsequenz aus den relevanten Veränderungstreibern notwendig wird.
- Sie sind in der Lage, die Bedeutung des strategischen Managements in offenen und geschlossenen ökonomischen Systemen zu analysieren.

Fertigkeiten der Selbstorganisation

- Die Studierenden befassen sich selbstständig mit der einschlägigen Grundlagenliteratur zur Distributionspolitik, zum Automobilmarketing, zum Zufriedenheits-Management aber auch zu den Vertriebsstrukturen in der Automobilwirtschaft.
- Sie sind in der Lage, diese in Verbindung mit den Vorlesungsinhalten zu bringen und zu erkennen, auf welchen Gebieten unterschiedliche Lehrmeinungen bestehen. Sie können nachvollziehen, aus welchen Gründen unterschiedliche Auffassungen zu bestimmten Teilfragen der Marketing-Literatur möglich und sinnvoll sind.

Fertigkeiten im Umgang mit Anderen

- Die Studierenden diskutieren in der Lehrveranstaltung mit den anderen Mitgliedern der
- Gruppe über die sinnvolle Markteintrittsstrategien, zu Aspekten der Marktsegmentierung, zum Käuferverhalten und relevanten Veränderungstreibern sowie die daraus resultierenden Anforderungen auf Industrie-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen.
- Sie können ihre Auffassungen artikulieren und im Disput mit gegenteiligen Meinungen vertreten.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

1. Merkmale und Besonderheiten des Automobilmarktes

- 1.1 Grundbegriffe und Quellen der Marktanalyse
- 1.2 Der Automobilmarkt als Marktverbund
- 1.3 Der Automobilmarkt als reifer Markt
- 1.4 Der Automobilmarkt als zyklischer Markt
- 1.5 Der Automobilmarkt als wettbewerbsintensiver Markt
- 1.6 Der Automobilmarkt als globaler Markt

2. Die Marktstruktur: Segmentierung des Automobilmarktes

- 2.1 Begriff und Ziel der Marktsegmentierung
- 2.2 Marktsegmentierungskriterien im Überblick
- 2.3 Produktbezogene Marktsegmentierung
- 2.4 Kundenbezogene Marktsegmentierung
- 2.5 Nutzenbezogene Marktsegmentierung
- 2.6 Möglichkeit und Grenzen der Marktsegmentierung
- 2.7 Marktsegmentierung und Marktbearbeitung

3. Das Käuferverhalten im Automobilmarkt

- 3.1 Der Automobilkauf als komplexes Entscheidungsproblem
- 3.2 Ablauf der Automobilkaufentscheidung

4. Kundenzufriedenheit als marketingpolitisches Ziel

- 4.1 Das Konzept der Kundenzufriedenheit
- 4.2 Bestimmungsfaktoren der Kundenzufriedenheit
- 4.3 Kundenzufriedenheit und Kundenbindung
- 4.4 Messung der Kundenzufriedenheit
- 4.5 Das Management der Kundenzufriedenheit

5. Absatzstrukturen in der Automobilwirtschaft

- 5.1 Vertriebssysteme im Überblick
- 5.2 Automobilwirtschaftliche Vertriebssysteme
- 5.3 Der Zusammenhang zwischen Markt- und Absatzstrukturen

6. Zukunftsperspektiven für den Automobilmarkt

- 6.1 Perspektiven der Marktentwicklung und der Marktstruktur
- 6.2 Trends im Käuferverhalten

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Diskussion in der Gruppe
- Gemeinsames Durchdenken von Fragen und Lösungen
- Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen
- Selbststudium, kooperatives Lernen

Zur Herstellung einer Wissensbasis werden im Vorlesungsstil insbesondere Grundlagen zu den Spezifika des Automobilmarktes, der Marktsegmentierung, des Käuferverhaltens und der Vertriebsstrukturen vermittelt. Dabei stehen Analysen relevanter Entscheidungstatbestände für den Automobilvertrieb im deutschen und europäischen Kontext im Mittelpunkt. Zusätzlich werden auf Basis der sich dynamisch wandelnden Umfeldbedingungen Herausforderungen hinsichtlich des Einsatzes geeigneter Instrumente zur Markteroberung und -bearbeitung auf der Industrie-, Dienstleistungs- und Handelsebene vermittelt.

Die Studierenden werden mittels interaktiver Lehrgespräche in den Lernprozess eingebunden. Zur Erhöhung des Anwendungsbezugs werden die theoretischen Inhalte durch praktische Beispiele veranschaulicht. Vorlesungsbegleitend soll seitens der Studierenden die einschlägige Grundlagenliteratur erschlossen werden.

Als Spezialthematik wird der Zusammenhang zwischen den Markterfordernissen auf der einen, sowie den Vertriebs- und Absatzstrukturen auf der anderen Seite aufgegriffen. Darüber hinaus werden verhaltenspsychologische Elemente im Rahmen des Kundenzufriedenheits-Managements analysiert. Die Lerninhalte werden zur Schaffung einer ausreichenden Wissensbasis zunächst im Vorlesungsstil dargelegt. Darauf aufbauend erarbeiten die Studierenden Fallstudien zur Entwicklung marktgerechter Vertriebsstrukturen. Die Ergebnisse werden vor dem Plenum erarbeitet, präsentiert und in diesem diskutiert. Durch Einbezug weiterer Case Studies aus der Praxis wird verdeutlicht, mit welchen Strategien und Instrumenten sich die verschiedenen Marktakteure auf Industrie- und Handelsebene am Markt behaupten können

Lehr-/Lernmethoden

Die Inhalte werden in zumeist interaktiven Vorlesungen vermittelt. Durch zahlreiche praktische Beispiele und durch die Integration von Case Studies werden Bezüge zu realen Marktverhältnissen und -aktivitäten hergestellt. Durch den Einsatz eines Dozenten aus dem praktischen und forschungsseitigen Umfeld der Mobilitäts- und Automobilwirtschaft wird die Anwendungsorientierung im Modul deutlich intensiviert. Verschiedene Lerninhalte sind im Eigenstudium zu erarbeiten.

Literatur/Lehrmaterial

- Bauer, H.H., Hammerschmidt, M., Brähler, M. (2002): Kundenwertbasierte Unternehmensbewertung – Das Customer Lifetime Value-Konzept und sein Beitrag zu einer Marketingorientierten Unternehmensbewertung, in: GfK Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung 4/2002, S. 324-342.
- BCG – The Boston Consulting Group (Hrsg.) (2012): The European Automotive Aftermarket Landscape. Consumer Perspective, Market Dynamics and the Outlook to 2020, München, Wien, London 2012.
- Belz, Chr. und Bieger, Th. (Hrsg.) (2004): Customer Value. Kundenvorteile schaffen Unternehmensvorteile, Frankfurt a. M. 2004.
- BMVI (2014): Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, Statistik, www.bmvi.de
- Manfred Bruhn, M. (2011): Unternehmens- und Marketingkommunikation. Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement, 2., vollst. Überarb. u. erw. Auflage, München 2011.
- CECRA: European Council for Motor Trades and Repairs, www.cecra.eu.
- DAT-Report (1994 ff.): Deutsche Automobil Treuhand GmbH (Hrsg.), Ostfildern.
- DESTATIS: Statistisches Bundesamt, www.destatis.de.
- Diez, W. (1999): Prozessoptimierung im Automobilvertrieb – Auf dem Weg zu einem integrierten Kunden- und Kostenmanagement, Wiesbaden 1999.
- Diez, W. (2006): Automobil-Marketing – Navigationssystem für neue Absatzstrategien, 5. aktual. und erw. Aufl., Landsberg am Lech 2006.
- Diez, W., Maier, B. (2014): Die TOP 100 Händlergruppen in Deutschland, 10. Aktualisierte Auflage, Geislingen/St. 2014.
- Diez, W., Reindl, St. (2003): Strukturwandel im Automobilservice, in: Thalhofer, R. (Hrsg.): Das 1x1 für den Servicevertrag. Ottobrunn b. München 2003, S. 15–36.
- Diez, W., Reindl, St. (Hrsg.) (2004): Mehrmarkenhandel - Chance oder Risiko. Ein Leitfadens für den erfolgreichen

- Mehrmarkenhändler, München 2004.
- Diez, W., Reindl, St. (2005): Faszination Service. Marktherausforderungen – Kundenerwartungen – Handlungsempfehlungen, München 2005.
- Diez, W., Reindl, St. (2006): Zukunftsperspektiven für Finanzdienstleistungen in der Automobilwirtschaft, in: Meunzel, R./Brachat, H. (Hrsg.): Die Stimme der Branche, München 2006.
- Diez, W., Reindl, St. (2012): Struktur und Bedeutung des Automobilmarktes in Deutschland, in: Diez, W., Reindl, S., Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München 2012, S. 17-43.
- Diez, W., Reindl, St., Brachat, H. (Hrsg.) (2012): Grundlagen der Automobilwirtschaft. 5., kompl. aktual. Aufl., München 2012. GdV: Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. GDV, www.gdv.de.
- Götze, U. (1991): Szenario-Technik in der strategischen Unternehmensplanung, Wiesbaden 1991.
- GVA: Gesamtverband Autoteile-Handel e.V., www.gva.de.
- KBA: Kraftfahrt-Bundesamt, Statistik, www.kba.de.
- Little, A.D. (2008): Automotive After Sales 2015, Frankfurt 2008. Loyalty Management + Communications (2001): Kundenwert – Wie sich Kundenbindungsprogramme rechnen, Präsentationsunterlagen, Hamburg 2001.
- McNair, M. P. (1931): Trends in Large-Scale Retailing, in: Harvard Business Review, October 1931, S. 30-39.
- Plate, D. (2014): Das Netz 2014, in: Autohaus Spezial Händlernetze 2014, Sonder-heft mit Autohaus Nr. 6/2014, S. 4-8
- Puls Marktforschung GmbH (2012 ff.): Autokäufer – der monatliche Trendreport für profitablen Autoverkauf, versch. Ausgaben..
- Puls Marktforschung GmbH (2012 ff.): PulsSchlag, versch. Ausgaben.
- Reindl, St. (2006): Szenarien für den Automobilservice 2020, in: Meunzel, R./Brachat, H. (Hrsg.): Die Stimme der Branche, München 2006.
- Reindl, St. (2009): Qualitatives Wachstum. Stärkung des Autohausgeschäftes durch Finanzdienstleistungen, in: Meunzel, R./Wagner, E. (Hrsg.): Mehr Erfolg mit Finanzdienstleistungen, München 2009.
- Reindl, St. (2012a): Das Automobil als dominierendes Verkehrsmittel, in: Diez, W., Reindl, S., Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München 2012, S. 45-68.
- Reindl, St. (2012 b): Lifecycle-Management - Realisierung von Umsatz- und Gewinnpotenzialen im Autohaus, Arbeitspapier 5/2012, Institut für Automobilwirtschaft, Geislingen 2012.
- Reindl, St., Freudenthaler M. (2006): Customer Value – Das optimale GW-Angebot aus Sicht des Kunden, Freiburg-München 2006.
- Reindl, St., Freudenthaler, M. (2008): Customer Lifetime – Wertschöpfung ein Kundenleben lang, Freiburg-München 2008.
- Reindl, St., Freudenthaler, M. (2010): Customer Challenge, Was macht die Erfolgreichen so erfolgreich, Geislingen und Freiburg 2010.
- Reindl, St., Freudenthaler, M., Merten, Chr. (2008): Ölmkteting als Erfolgsfaktor, Forschungsbericht Nr. 4/2008 des Instituts für Automobilwirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt, Geislingen 2008.
- Reindl, St., Klümper, M. (2012a): Aftermarket und Servicegeschäft - Wertschöpfungs- und Ertragsssäule, in: CTI (Hrsg.): Basiswissen Automobil-Industrie, Düsseldorf 2012.
- Reindl, St., Klümper, M. (2012b): Auto & Mobilität - Mobilität & Trends sowie Mobilitätsdienstleistungen und -konzepte, in: CTI (Hrsg.): Basiswissen Automobil-Industrie, Düsseldorf 2012.
- Reindl, St., Klümper, M. (2012c): Automobilwirtschaft - wirtschaftliche Bedeutung, Strukturen und Zusammenhänge, in: CTI (Hrsg.): Basiswissen Automobil-Industrie, Düsseldorf 2012.
- Reindl, St., Klümper, M. (2012d): Mobilitätsdienstleistungen in der Automobilwirtschaft, in: Diez, W., Reindl, S., Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München 2012, S. 331-358.
- Reindl, St., Klümper, M. (2013): Automobilservice 2025. Entwicklungslinien im Servicegeschäft der Zukunft, München 2013.
- Reindl, St., Maier, B. (2013): Direktannahme-Management. Optimierung des Servicegeschäfts durchsystemgestützte Konzepte in der Dialogannahme, Geislingen 2013.
- Reindl, St., Maier, B. (2014): IFA Handelsmonitor 2014, Geislingen/St. 2014
- Retzmann, Th. (1996): Die Szenario Technik. Eine Methode für ganzheitliches Lernen im Lernfeld Arbeitslehre, in: awt-info, 15. Jg. 1996, Heft 2, S. 13-19.
- SchwackeMarkenMonitor (1998 ff.): MarkenMonitor – HändlerzufriedenheitsMonitoring 2014, Teil 1, Maintal.
- Sieg, Chr. (2004): Der professionelle Serviceberater. Die eigene Qualifizierung aktiv gestalten, 2. Aufl., München 2004.
- STATISTA Statista GmbH, de.statista.com.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2012 ff.): Datenreport. Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland, Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Bruttoinlandsprodukt 2011 für Deutschland, Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Produzierendes Gewerbe. Beschäftigung und Umsatz der Betriebe der Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden, Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Vorläufige Ergebnisse der Bevölkerungsfortschreibung auf Grundlage des Zensus 2011, Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Verkehr. Verkehr aktuell, Fachserie 8, Reihe 1.1, Wiesbaden.
- VDA (Hrsg.): Geschäftsbericht des Verbands der Automobilindustrie 2013, Frankfurt/Main.
- VDA: Verband der Automobilindustrie e. V., www.vda.de.
- VMF: Verband markenunabhängiger Fuhrparkmanagementgesellschaften e.V., Restwertindikator.
- VREI: Verein Freier Ersatzteilemarkt e.V. www.vrei.de.
- Wolk (Hrsg.) (2012a): Garage service concepts in the European car aftermarket: Databook, Bergisch Gladbach 2012.
- Wolk (Hrsg.) (2012b): After Sales Goes Online, Bergisch Gladbach 2012.
- Wolk (Hrsg.) (2013): The Car Aftermarket in Europe, Bergisch Gladbach, 2013.
- ZDK (Hrsg.): Zahlen und Fakten, Bonn.

Besonderes

Fallweise Vorträge von Gastreferenten/innen im Modul VI.1 „Case Studies und Oberseminar“ (Vorlesung „Ausgewählte Themen“)

Empirische Kurzstudien zur Entwicklungslinien der Mobilität

Fallweise Exkursionen

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch (teilweise englischsprachige Unterlagen)
Workload 2,5 ECTS-Punkte 62,5 h mit folgender Aufteilung				
Präsenz/ Kontakt 22,5 (36%)		Vor- und Nachbereitung/Selbststudium 22,5 (36%)		Aufgaben/Gruppenarbeit 17,5 (28%)

Modulbeschreibung

Code I.2	Modulbezeichnung I.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen in der Automobilwirtschaft
--------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Wissen über Inhalte und Methoden im Fach kennen und verstehen sowie auf erste einfache Fragestellungen anwenden
Inhalte insbesondere <ul style="list-style-type: none">• die grundlegende Funktionsweise von Unternehmen• einen Überblick über die Betriebswirtschaftslehre• grundlegende betriebswirtschaftliche Zusammenhänge• der Marketingbegriff• Grundkenntnisse in den Marketinginstrumenten
Lehr-/Lernformen <ul style="list-style-type: none">• Vorlesung (lecture)• Übungen (exercises)• Unternehmensplanspiel (business game)

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Für diese einführende Veranstaltung sind keine Vorkenntnisse erforderlich
Vorbereitung für das Modul	Für diese einführende Veranstaltung ist keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	II.2 Kernfunktionen und –prozesse IV.3 Managementfunktionen und –instrumente Vertiefungsstudium
Einsatz in anderen Studiengängen	Diese grundlegende Veranstaltung ist unabhängig vom Schwerpunkt des Studiums zu sehen.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Das in der Veranstaltung vermittelte Konzept des ökonomischen Prinzips und der Kundenorientierung ist unter der Nebenbedingung einer langfristigen Orientierung die fundamentale Voraussetzung der ökonomischen Perspektive der Nachhaltigkeit.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Valentin Schackmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 2,5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor- / Nachbereitung / Selbststudium 20 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 40 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.2.1.	Betriebswirtschaftliche Prozesse und Funktionen (Unternehmensplanspiel)
I.2.2.	Marketing-Grundlagen in der Automobilwirtschaft

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

I.2.1.	Betriebswirtschaftliche Prozesse und Funktionen (Unternehmensplanspiel)
--------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Der Betrieb als Betrachtungsgegenstand der Betriebswirtschaftslehre
- Produktionsmanagement
- Materialwirtschaft
- Exkurs: Absatzwirtschaft und Marketing
- Externes Rechnungswesen
- Internes Rechnungswesen
- Unternehmensplanspiel

Lehr-/Lernformen

Vorlesung mit Übung

Lehr-/Lernmethoden

- Vorlesung (lecture)
- Übungen (exercises)
- Unternehmensplanspiel (business game)

Literatur/Lehrmaterial

- Bea, F. X. u.a. (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Bd. 1: Grundfragen, Stuttgart (UTB) 2004
- Bea, F. X. u.a. (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Bd. 2: Führung, Stuttgart (UTB) 2005
- Bea, F. X. u.a. (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Bd. 3: Leistungsprozess, Stuttgart (UTB) 2006
- Hopfenbeck, Waldemar, Allgemeine Betriebswirtschafts- und Managementlehre, 14. Auflage (Dezember 2002)
- Schierenbeck, Henner, Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 16., vollst. überarb. u. erw. Auflage (Januar 2003)
- Schultz, Volker, Basiswissen Betriebswirtschaft: Management, Finanzen, Produktion, Marketing, 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. (Mai 2008)
- Vahs, Dietmar und Schäfer-Kunz, Jan, Einführung in die Betriebswirtschaftslehre: Lehrbuch mit Beispielen und Kontrollfragen, 5., überarbeitete und erweiterte Auflage. (August 2007)
- Wöhe, Günter und Döring, Ulrich, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 23., vollständig neu bearbeitete Auflage (März 2008)

Besonderes

Die Studierenden können am „Forum Automobilwirtschaft“ teilnehmen. Darin tragen Gastreferenten ausgewählte, praxisrelevante Themen aus der Automobilwirtschaft vor.

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 40 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

I.2.2.	Marketing-Grundlagen in der Automobilwirtschaft
--------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	Überblick über die Marketinginstrumente	Betriebswirtschaftliche Einordnung des Themas	Fähigkeit zur Bewertung der Stärken/Schwächen der Instrumente
System			
Selbst	Nacharbeit und Eigenstudium	Ausarbeitung einer Powerpointpräsentation zu ausgewählten Marketingthemen	Mitarbeit und freie Präsentation
Sozial			Teamarbeit

Inhalte

- Begriff und Bedeutung des Marketings
- Marketing als Managementprozess
- Überblick über die Marketinginstrumente
- Die Rolle der Marketing-Kommunikation im Rahmen von Marketingstrategien
- Theoretische Grundlagen der Kommunikationswirkungen
- Klassische Mediawerbung (Ziele, Botschaften, Budgetierung, Mediaselektion, Erfolgskontrolle)
- Direkt-Marketing
- Sponsoring und Event-Marketing
- Moderne, online-basierte Marketinginstrumente
- Integrierte Kommunikation
- Entwicklung ganzheitlicher Kommunikationskonzepte
- Verbindung von Marketing-Kommunikation und Verkauf

Lehr-/Lernformen

Vorlesung mit Übung

Lehr-/Lernmethoden

- Vorlesung (lecture)
- Fallstudien (Business Cases)
- Übungen (exercises): Einzel- und Gruppenarbeiten

Literatur/Lehrmaterial

- Becker, J.: Marketing-Konzeption – Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Management, 9. Aufl., München (Vahlen) 2009
- Bruhn, M.: Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis, 12. überarb. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2014
- Diez, W.: Prozessoptimierung im Automobilvertrieb – Auf dem Weg zu einem integrierten Kunden- und Kostenmanagement, Wiesbaden (Gabler) 2002
- Diez, W.: Automobilmarketing – Erfolgreiche Strategien, praxisnahe Konzepte, effektive Instrumente, 4. Aufl., Landsberg a. L. (moderne Industrie) 2001
- Kotler, P.; Bliemel, F.: Marketing-Management – Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, 10. Aufl., (Schäffer-Poeschel) Stuttgart 2001
- Meffert, H.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11. Auf., Wiesbaden (Gabler) 2011
- Rogge, H.-J.: Werbung, 6. Aufl., Ludwigshafen (Kiehl) 2004
- Vergossen, H.: Marketing-Kommunikation, Ludwigshafen (Kiehl) 2004

- Weis, H. Ch.: Verkauf, 6. Aufl., Ludwigshafen (Kiehl) 2000

Besonderes

Demonstration von aktuellen klassischen bzw. modernen Marketinginstrumenten anhand von Fotos, Filmen und Dokumentationsmaterialien (z. B. online-Anteil, Praxisbesuche, Gastreferent/innen, etc.)

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 60 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Modulbeschreibung

Code I.3	Modulbezeichnung I.3 Betriebswirtschaftliche Funktionen
--------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Grundlagen der doppelten Buchführung kennen, Jahresabschluss erstellen können, (schwierige) Geschäftsvorfälle verbuchen können und die Bedeutung der Buchführung als Grundlage für das Rechnungswesen erfassen.

Die Bedeutung und Aufgabengebiete der Personalwirtschaft kennen und die Prozesse in der Personalabteilung sowie deren Zusammenwirken mit den anderen Linienabteilungen erfahren.

Inhalte

Insbesondere

- Grundlagen der Doppik und Kontenrahmen
- Grundlagen der Personalwirtschaft

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

- Vorlesung (lecture)
- Übungen (exercises)

Voraussetzung für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Für diese einführende Veranstaltung sind keine Vorkenntnisse erforderlich
Vorbereitung für das Modul	Für diese einführende Veranstaltung ist keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	II.3 Jahresabschluss IV.3 Managementfunktionen und -instrumente Vertiefungsstudium IV 5 Projektmanagement und Personalmanagement II EM 1 Internationales Management
Einsatz in anderen Studiengängen	Diese Veranstaltung ist unabhängig vom Schwerpunkt eines Studiums zu sehen.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Das Konzept der doppelten Buchführung ist seit vielen Jahrhunderten bewährt und universell einsetzbar, um die ökonomische Situation eines Unternehmens zu erfassen. Damit ist es wahrscheinlich das nachhaltigste betriebswirtschaftliche Konzept überhaupt.

Personalmanagement I befasst sich mit fundamentalen Kenntnissen und Fertigkeiten hinsichtlich der Steuerung derjenigen, welche Leistungen im Unternehmen erbringen. Das sind Mitarbeiter und Führungskräfte. Insofern wird Grundlegendes zur ökonomischen und sozialen Dimension der Nachhaltigkeit vermittelt.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Gunda Neubauer		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 32,5 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 27,5 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.3.1	Externes Rechnungswesen
I.3.2	Personalmanagement I

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

I.3.1	Externes Rechnungswesen
-------	-------------------------

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Gesetzliche und begriffliche Grundlagen
 - Übersicht
 - Handelsrechtliche Vorschriften (Buchführungspflicht)
 - Bestandteile des Jahresabschlusses
 - Grundsätze ordnungsmäßiger Bilanzierung
 - Adressaten des Jahresabschlusses
 - Aufgaben und Bereiche des Jahresabschlusses
 - Anforderungen an die Bilanz
- Grundlagen der doppelten Buchführung
- Anfang und Ende eines Buchungsjahres
- Waren Ein- und Verkauf
- Abschreibungen
- Personalrechnung
- Inventur
- Zeitliche Abgrenzungen und Rückstellungen

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

- Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

- Vorlesung
- Übungen

Literatur/Lehrmaterial

- o. A.: Beck'scher Bilanzkommentar, 9. Neubearb. Auflage, München (C.H. Beck) 2014
- C.H. Beck: Steuergesetze, Steuerrichtlinien, Deutsche Gesetze, München (C.H. Beck) laufend aktualisiert
- Buchholz Rainer: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, 8. Auflage, München (Vahlen) 2013

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung teilweise	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache deutsch
---------------------------	-----------------	---------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------

Workload:

2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:

Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 10 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 50 %
---------------------------------	---	---------------------------------------

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

I.3.2	Personalmanagement I
-------	----------------------

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte 1 Grundlagen: Rahmenbedingungen, Aufgabenträger und Organisation der Personalarbeit 2 Personalbedarfsplanung: Ermittlung des Bruttobedarfs/Nettobedarfs 3 Personalgewinnung: Employer Branding, Suche, Personalauswahl 4 Arbeitsgestaltung: Grundlagen, kurz-/langfristiger Personaleinsatz 5 Personalentwicklung: Grundlagen, Ziele und Bereiche der Personalentwicklung, Arten von Personalentwicklungsmaßnahmen, Talentmanagement, Kompetenzmanagement 6 Personalentlohnung: Gerechte Entlohnung, Zeit-/Stücklohn, Arbeitsbewertung, Lohn- und Gehaltsabrechnung, Personal-/Sozialaufwand 7 Personalfreisetzung: Personalfreisetzungsarten, Beendigung des Arbeitsverhältnisses 8 Personalcontrolling: Grundlagen, Controlling personalwirtschaftlicher Instrumente, PIS, operatives/strategisches Personalcontrolling			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übung			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung (lecture) • Übungen (exercises): Einzel- und Gruppenarbeiten 			
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Berthel, J.: Personalmanagement: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, 10. Aufl., Stuttgart 2013 • Bröckermann, R.: Personalwirtschaft, 6. Aufl., Köln 2012 • Kolb, M.: Personalmanagement, 2. Aufl., Berlin 2010 • Scholz, Chr.: Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, 6. Aufl., München 2013 			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 40 %		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 40 %

Modulbeschreibung

Code I.4	Modulbezeichnung I.4 Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler
--------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Mathematik ist zu einem unentbehrlichen Hilfsmittel der Wirtschaftswissenschaften geworden. Die komplexen Zusammenhänge der ökonomischen Theorie lassen sich verbal kaum mehr beschreiben und untersuchen. Aber auch die Wirtschaftspraxis ist ohne mathematische Methoden, z.B. im Rechnungs- und Finanzwesen, in der Produktionsplanung und –steuerung sowie in der Markt- und Meinungsforschung, undenkbar. Übergeordnetes Hauptziel des Moduls ist daher, dass die Studierenden die grundlegenden Methoden der Mathematik verstehen und anwenden lernen (Fach- und Methodenkompetenz): Die vorhandenen Mathematik-Kenntnisse werden aufgefrischt und erweitert in Richtung auf diejenigen Methoden, welche in der ökonomischen Theorie und der Wirtschaftspraxis benötigt werden. Besonderer Wert wird auf die Anwendung der Methoden gelegt, d. h., den adäquaten Einsatz mathematischer Methoden zur Lösung konkreter ökonomischer Probleme sowie der ökonomischen Interpretation der Ergebnisse. Selbstkompetenz erwerben die Studierenden insbesondere durch die selbständige Bearbeitung von Übungsaufgaben und kleinen Fallstudien (z.T. in Kleingruppenarbeit), in denen die in der Vorlesung erworbenen Fach- und Methodenkenntnisse auf konkrete ökonomische Problemstellungen anzuwenden sind.

Inhalte

Mathematische Grundkenntnisse der Wirtschaftswissenschaften

- Mengenlehre
- Lineare Algebra (Matrizen und Vektoren, Lineare Gleichungssysteme)
- Finanzmathematik (Äquivalenzprinzip, Zins-, Renten-, Tilgungsrechnung)
- Analysis: Funktionen einer oder mehrere Variabler, Optimierung mit und ohne Nebenbedingungen, Elastizitäten

Lehr-/Lernformen

Interaktive Vorlesung: Seminaristischer Unterricht mit Übungsaufgaben
Vorbereitende Stützkurse
Vorlesungsbegleitende Tutorien

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formale Teilnahmevoraussetzungen existieren nicht. Die erfolgreiche Teilnahme an den Lehrveranstaltungen und der Klausur erfordert ein gewisses analytisches Denkvermögen und mathematisches Grundverständnis (nachholbar in den zusätzlichen freiwilligen Kursangeboten „Brückenkurs“ und/oder „Mathematik-Werkstatt“)
Vorbereitung für das Modul	Siehe Literaturangaben und Hinweise im Manuskript sowie zur Verfügung gestellte mathematische Tests zur Selbsteinschätzung, ob die Teilnahme am Brückenkurs bzw. an der Mathematik-Werkstatt sinnvoll ist.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Keine unmittelbaren Vorläufer und keine unmittelbaren Nachfolger. Jedoch werden die in dem propädeutische Fach Mathematik vermittelten Inhalte in nahezu allen wirtschaftswissenschaftlichen Fächern vorausgesetzt, insbesondere auch in dem Modul „I.5 Quantitative Methoden und wissenschaftliches Arbeiten I“ (in Statistik) sowie in den nachfolgenden Modulen <ul style="list-style-type: none"> • „II.5 Quantitative Methoden und wissenschaftliches Arbeiten II“ (in Operations Research), • „III.4 General Management: Mikroökonomie“ und „III.5 General Management: Internes Rechnungswesen & Unternehmensrechnung“
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte keine

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60 min)	100 %

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Isabel Acker		
Modulart Pflichtfach	Turnus jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung::		
Präsenz/ Kontakt 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 25 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
1.4.1	Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler I
1.4.2	Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler II

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

1.4.1	Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler I
--------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden beherrschen die Mengenlehre und sind in der Lage, die Lösungsmenge linearer (Un-)Gleichungen sowie linearer Gleichungssysteme zu ermitteln. Sie können die Matrizen- und Vektordarstellung nutzen, um ökonomische Daten darzustellen, lernen die Methoden der Finanzmathematik kennen und können diese auf konkrete ökonomische Fragestellungen anwenden.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Mengenlehre
- Gleichungen und Ungleichungen mit einer Variablen
- Vektoren und Matrizen
- Lineare Gleichungssysteme (Gauss-Algorithmus, Inverse, Determinante)
- Zins- und Zinseszinsrechnung
- Äquivalenzprinzip und Effektivverzinsung
- Rentenrechnung
- Tilgungsrechnung

Lehr-/Lernformen

Interaktive Vorlesung mit Beispielen
 Vorbereitende Stützkurse („Mathematik-Brückenkurs“ und „Mathematik-Werkstatt“)
 Vorlesungsbegleitende Tutorien mit Übungsaufgaben zur Vertiefung und praktischen Anwendung des Stoffs

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode
 Gemeinsames Lösen von Aufgaben

Literatur/Lehrmaterial

(Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.)

Vorlesungsskript mit kommentierter Formelsammlung, Aufgaben und Musterlösungen
 Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Wiesbaden: Vieweg+Teubner.
 Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden: Vieweg+Teubner.
 Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1-3., Herne: Verlag Neue Wirtschafts-Briefe.
 Luderer, B. und U. Würker: Einstieg in die Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden: Vieweg+Teubner.

Besonderes

- Angebot zur Teilnahme an einem Mathematik-Brückenkurs zur Wiederholung des Schulmathematik bzw. Vorbereitung auf Studium in der Woche vor Semesterbeginn
- Im Rahmen des IBIS-Projekts Durchführung einer Potenzialanalyse zur Selbsteinschätzung der individuellen mathematischen Grundkenntnisse und Fähigkeiten der Studierenden
- Im Rahmen des IBIS-Projekts Durchführung einer „Mathematik-Werkstatt“ während des Semesters, um individuelle Schwächen der Studierenden zu beseitigen

- Vorlesungsbegleitende Tutorien zur Wiederholung und Vertiefung des Vorlesungsstoffs anhand konkreter Aufgaben
Alle TutorInnen werden im Rahmen der hochschulinternen Didaktik-Schulung ausgebildet.

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 1.	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 25 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

1.4.2	Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler II
-------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden können Kurvendiskussionen bei Funktionen einer und mehrere Variablen, Extremwertbestimmungen mit und ohne Nebenbedingungen durchführen, Elastizitäten berechnen und diese Erkenntnisse und Methoden auf konkrete ökonomische Fragestellungen anwenden.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Funktionen einer und mehrerer Variabler (Eigenschaften, Darstellung, Isoquanten)
- Differentialrechnung
- Kurvendiskussion: Nullstellen- und Extremwertbestimmung
- Extremwertbestimmung mit und ohne unter Nebenbedingungen (Eliminations- und Lagrange-Verfahren)
- Elastizität und Homogenität

Lehr-/Lernformen

Interaktive Vorlesung mit Beispielen
 Vorbereitende Stützkurse („Mathematik-Brückenkurs“ und „Mathematik-Werkstatt“)
 Vorlesungsbegleitende Tutorien mit Übungsaufgaben zur Vertiefung und praktischen Anwendung des Stoffs

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode
 Gemeinsames Lösen von Aufgaben (z.T. Gruppenarbeit)

Literatur/Lehrmaterial

(Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.)

Vorlesungsskript mit kommentierter Formelsammlung, Aufgaben und Musterlösungen
 Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden: Vieweg+Teubner.
 Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1-3., Herne: Verlag Neue Wirtschafts-Briefe.
 Luderer, B. und U. Würker: Einstieg in die Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden: Vieweg+Teubner.

Besonderes

- Angebot zur Teilnahme an einem Mathematik-Brückenkurs zur Wiederholung des Schulmathematik bzw. Vorbereitung auf Studium in der Woche vor Semesterbeginn
- Im Rahmen des IBIS-Projekts Durchführung einer Potenzialanalyse zur Selbsteinschätzung der individuellen mathematischen Grundkenntnisse und Fähigkeiten der Studierenden
- Im Rahmen des IBIS-Projekts Durchführung einer „Mathematik-Werkstatt“ während des Semesters, um individuelle Schwächen der Studierenden zu beseitigen
- Vorlesungsbegleitende Tutorien zur Wiederholung und Vertiefung des Vorlesungsstoffs anhand konkreter Aufgaben

Alle TutorInnen werden im Rahmen der hochschulinternen Didaktik-Schulung ausgebildet.

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 1.	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 25 %	

MODULBESCHREIBUNG

Code: I.5	Modulbezeichnung: I.5: Quantitative Methoden und wissenschaftliches Arbeiten I
---------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Das Modul ‚Key Qualifications: Quantitative Methoden und wissenschaftliches Arbeiten I‘ soll den Stellenwert von systematisch gewonnenen und systematisch ausgewerteten Daten (Informationen) nahe bringen und verständlich machen, worin ihre Vorzüge gegenüber intuitiv gewonnenen Alltagserfahrungen und intuitiven Urteilen liegen.

Die Studierenden sollen durch dieses Modul

- deskriptive statistische Methoden und Verfahren kennen und diese problemangemessen zur Datenerhebung und -auswertung einsetzen können
- Indexzahlen und Beziehungszahlen beschreiben, erklären und selbst bilden können
- in Zeitreihen dargestellte Sachverhalte analysieren und geeignete Reduktionsverfahren kennen sowie anwenden können
- Fragestellungen aus dem beruflichen, Studien- oder Alltagskontext präzisieren (operationalisieren) können, damit diese empirisch untersucht werden können
- empirische Erhebungsmethoden nach ihren Hauptmerkmalen voneinander unterscheiden können
- Kriterien für professionelle Erhebungsinstrumente kennen und sie selbständig anwenden können

Inhalte

- Deskriptive Statistik bei eindimensionalem Zahlenmaterial
- Deskriptive Statistik bei zweidimensionalem Zahlenmaterial
- Regressionsanalyse
- Zeitreihenanalyse
- Indexzahlen
- Lagerverlaufsstatistik

- Charakteristika, Vorgehensweisen und Erkenntnisinteresse der empirischen Forschung
- empirische Forschungsmethoden: Beobachtung, Befragung, Experiment
- Befragung als häufigste Erhebungsmethode der empirischen Sozialwissenschaften
- Schritte der Entwicklung eines Erhebungsinstruments
- Schritte empirischer Erhebungen im Überblick

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung, Diskussionen, Übungen und Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Solide Kenntnisse der Schulmathematik, analytisches Denkvermögen, Bereitschaft zu aktiver Mitarbeit in der Vorlesung und eigenständigem Arbeiten bzw. Gruppenarbeit (Nachbereitung, Hausaufgaben)
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben in den Manuskripten zu den Lehrveranstaltungen Ggf. Nutzung von Zusatzangeboten zur Verbesserung der Mathematik-Kenntnisse

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen	Keine unmittelbaren Vorläufer und keine unmittelbaren
--------------------------------	---

Modulen innerhalb des Studiengangs	Nachfolger. Jedoch werden die in dem Modul vermittelten Inhalte in vielen wirtschaftswissenschaftlichen Fächern vorausgesetzt wie z.B. in den LV I.2.2 „Marketing-Grundlagen in der Automobilwirtschaft“ und LV II.2.2 „Beschaffungsprozesse“.
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur nachhaltigen Entwicklung

<p>Inhalte</p> <p>Die mit der wachsenden internationalen Verflechtung zunehmende Umweltkomplexität führt zu einem immer weiter steigenden Bedarf an - aussagekräftigen - Daten. Planung und Steuerung von Maßnahmen sowie Entscheidungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sind ohne fundierte Datengrundlage nicht mehr denkbar. Empirisch erhobene, mit geeigneten statistischen Verfahren analysierte Daten können zur Verbesserung der Qualität von Entscheidungen beitragen und der Gefahr von kostspieligen oder gar ruinösen Fehlentwicklungen vorbeugen.</p>

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
Klausur (60 min)	100 %

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Isabel Acker		
Modulart: Pflichtfach	Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 5	SWS: 4

Ausgestaltung des Moduls

Lehrveranstaltungen	
Code I.5.1	Titel der Lehrveranstaltung Statistik
I.5.2	Methoden der empirischen Forschung

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code: I.5.1	Titel des Modulelements: Statistik		
<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Aufgabe der Statistik ist die übersichtliche Darstellung und Analyse von Massenerscheinungen. Sie ist damit ein wesentliches Hilfsmittel zur Vorbereitung von Entscheidungen auch im ökonomischen Bereich. Die Studierenden erwerben in dieser Lehrveranstaltung die Kompetenz, komplexe quantitative Informationen richtig zu verstehen, im betriebswirtschaftlichen Kontext sachgerecht anzuwenden und zu interpretieren und schließlich als Entscheidungsgrundlage zu nutzen. Ziel der Lehrveranstaltung ist somit nicht nur die Vermittlung eines methodischen Instrumentariums, sondern auch das Einüben der eigenständigen Anwendung der Methoden bis hin zur Diskussion verschiedener Lösungsansätze und Interpretationsmöglichkeiten in der Gruppe. Großer Wert wird auf die Anwendung der Methoden gelegt.</p> <p>Die Studierenden sollen in dem Modulelement lernen,</p> <ul style="list-style-type: none"> - aus statistischen Daten Häufigkeitsverteilungen zu erstellen und diese tabellarisch bzw. grafisch darzustellen, - statistische Kenngrößen (Mittelwerte, Streuungs- und Assoziationsmaße, Indexzahlen) zu berechnen, - die Aussage statistischer Kenngrößen im praktischen Anwendungskontext zu verstehen und richtig zu interpretieren, - zur Beantwortung konkreter Fragestellungen geeignete statistische Kenngrößen zu identifizieren sowie - mit mathematisch-statistischen Methoden Prognosen zu erstellen und deren Güte zu beurteilen. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die statistische Methodenlehre - Deskriptive Statistik bei eindimensionalem Zahlenmaterial - Deskriptive Statistik bei zweidimensionalem Zahlenmaterial - Regressionsanalyse - Zeitreihenanalyse - Indexzahlen - Lagerverlaufsstatistik 			
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Interaktive Vorlesung mit Beispielen Vorlesungsbegleitende Tutorien mit Übungsaufgaben</p>			
<p>Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode und Übungen (z.T. Gruppenarbeit) Vorlesungsbegleitende Tutorien mit Übungsaufgaben zur Vertiefung und praktischen Anwendung des</p>			

Stoffs
<p>Literatur/Lehrmaterial</p> <p>(Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manuskript zur Vorlesung mit Beispielen, Aufgaben und Musterlösungen • Bley Müller, J., u.a.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Vahlen. • Eckey, H.F. u.a.: Deskriptive Statistik, Springer Gabler. • Schwarze, J.: Grundlagen der Statistik I: Beschreibende Verfahren, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe. • Schwarze, J.: Aufgabensammlung zur Statistik, 6. Aufl., Verlag Neue Wirtschafts-Briefe. • Wewel, M.: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL, Pearson.
<p>Besonderes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsbegleitende Tutorien zur Wiederholung und Vertiefung des Vorlesungsstoffs anhand konkreter Aufgaben • Alle TutorInnen werden im Rahmen der hochschulinternen Didaktik-Schulung ausgebildet. • Live-Demonstration der Vorgehensweise beim Einsatz von Statistik-Software

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2,5	2	nein	1	deutsch
Workload:				
2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
50%	25%		25%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code: I.5.2	Titel des Modulelements: Methoden der empirischen Forschung		
Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden sollen			
<ul style="list-style-type: none"> - die wesentlichen Merkmale und Zielsetzungen der empirischen Forschungsmethodik kennen, sie beschreiben und gegen nicht-empirische Vorgehensweisen abgrenzen können, - Einsatzbereiche empirischer Methoden im automobilwirtschaftlichen Kontext aufzeigen können, - fähig sein, in ihrem Berufsfeld Fragestellungen durch eigene empirische Erhebungen (Befragungen) gemäß empirisch-wissenschaftlicher Standards zu bearbeiten und - in der Lage sein, Erhebungsinstrumente nach professionellen Kriterien selbst zu entwickeln oder bereits verwendete ggf. professionell zu verbessern. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ol style="list-style-type: none"> 1 Einleitung: Empirische Forschung - Merkmale, Grundsätze; Ablauf empirischer Untersuchungen 2 Wahl des Forschungsansatzes: Explorative, deskriptive und kausale Studien 3 Wahl der Erhebungsmethode: Primär- versus sekundärstatistische Erhebung; Befragung, Beobachtung, Experiment 4 Auswahl der Erhebungseinheiten: Voll- versus Teilerhebung; Festlegung des Auswahlplans 5 Befragung: Befragungsformen; Fragebogenkonstruktion ; Klassifikation von Frageformen; Formulierung von Fragebogen-Fragen; Gestaltung der Fragebogens 6 Messung, Operationalisierung und Skalierung von Variablen 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Vorlesung mit Übungen und Demonstrationsbeispielen			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Vorlesung; Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit: Überarbeitung von Fragebögen-Entwürfen, erste Schritte der Entwicklung eines eigenen Erhebungsinstruments			
Literatur/Lehrmaterial			
(Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.)			

- Manuskript zur Vorlesung
- Bausch, T.: Stichprobenverfahren in der Marktforschung, München.
- Altobelli, C. F.: Marktforschung: Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, Stuttgart.
- Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin.
- Bortz, J. u. N. Döring: Forschungsmethoden und Evaluation, Heidelberg.
- Gläser, J. u. G. Laudel: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, Wiesbaden.
- Helfferich, C.: Die Qualität qualitativer Daten – Manual für die Durchführung qualitativer Interviews, Wiesbaden.
- Kallus, K. W.: Erstellung von Fragebogen, Wien.
- Porst, R.: Fragebogen, ein Arbeitsbuch, Wiesbaden.
- Schnell, R., Hill, P. B. u. E. Esser: Methoden der empirischen Sozialforschung, München.

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2,5	2	keine	1. Semester	deutsch
Workload:				
2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
40%	30%		30%	

Modulbeschreibung

Code I.6	Modulbezeichnung I.6 Business English I & Business Computing I
--------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Internationalisierung und Globalisierung in der Wirtschaft erfordert Studienabsolventen, die über eine gewisse Sensibilität im Umgang mit anderen Kulturen verfügen. Ziele der Lehrveranstaltungen sind daher:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Studierende können sich in Englisch (auf einem mittleren Niveau) im Geschäftsleben unterhalten und ohne größeren Vorbereitung im Ausland tätig sein ▪ Studierende können einer Präsentation auf Englisch über ein vertrautes Thema folgen, eine Präsentation geben oder ein Gespräch über ein relativ breites Spektrum an Themen in Gang halten sowie Briefe, Berichte und Emails schreiben <p>Sicherer Umgang mit EDV-Begriffen um im Berufsleben gezielte Entscheidungen im Bereich EDV treffen zu können. Ziele der Lehrveranstaltung sind daher:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Studierende kennen die Begriffe rund um Netzwerke und wissen deren Bedeutung für Autohäuser einzuschätzen ▪ Studierende wissen um die Bedeutung des Datenschutzes und der Datensicherheit ▪ Studierende können das Internet in seiner Vielfalt nutzen
<p>Inhalte Für die Lehrveranstaltung gilt: Gemäß Lehrbuch, Units 2 – 5 relevante und interessante wirtschaftswissenschaftlichen Themen, die essentielle <i>Business Skills</i> für Studierende vermitteln.</p> <p>Grundlagen der IT.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Vorlesung auf Englisch (lecture) ⇒ Übungen (Lese-, Hörverständnis, Sprechen, Grammatik) (exercises) ⇒ Rollenspiele (role plays) ⇒ Gruppenarbeiten (teamwork)

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Studierende sollten CEFR Level B2 (upper intermediate) Englischkenntnisse besitzen. Erste Erfahrungen im Umgang mit dem PC notwendig.
Vorbereitung für das Modul	Intensivkurs Englisch (über WAF), falls Eingangsniveau nicht gegeben.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Querverbindungen und Anknüpfungspunkte zu den Modulen II.6 und III.6 Business English und Business Computing
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Globale nachhaltige Entwicklung in der Produktion Ressourcenschonender Umgang mit der EDV
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil %
K90/S	87%/13%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Gunda Neubauer		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 x 25 = 125, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 40 % (50 h)	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 55 % (68,75 h)	Aufgaben/Gruppenarbeit 5 % (6,25 h)

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.6.1	Business English I
I.6.2	Business Computing I

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.6.1	Titel der Lehrveranstaltung Business Englisch I
----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte Relevante und interessante wirtschaftswissenschaftlichen Themen, die essentielle <i>Business Skills</i> für Studierende vermitteln. Einzigartige <i>Diversity</i> -und <i>Ethics</i> -Aufgaben sensibilisieren für interkulturelle Themen und Konflikte in der Geschäftswelt. Der <i>Company Case</i> in jeder Unit regt strategisches Denken an und trainiert gleichzeitig das in der Unit erarbeitete Vokabular.			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übungen			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Begleitendes Selbststudium; Fallstudien; Rollenspiele; Brainstorming; Diskussionen; Übungen; Gruppenarbeit			
Literatur/Lehrmaterial Butzphal, Gerlinde und Maier-Fairclough, Jane: Career Express Business English B2 - Coursebook, Berlin (Cornelsen Verlag) 2010			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung ja	Empfohlenes Fachsemester 1. Semester	Sprache Englisch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Std. mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 40% (25 Stunden)		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 50% (31,25 Stunden)		Aufgaben/Gruppenarbeit 10% (6,25 Stunden)

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.6.2	Titel der Lehrveranstaltung Business Computing I
----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Sicherer Umgang mit den EDV-Begriffen um Entscheidungen auch kommentieren zu können. Durch die Erstellung und Vermarktung (Suchmaschinenoptimierung) soll der Student/in die wesentlichen Faktoren eines Internetauftritts kennenlernen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Sicherer Umgang mit den Begriffen

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Lerninhalte:

Präsenzveranstaltung:

- **Hardware-Grundlagen**

Die wichtigsten Hardwarebegriffe verstehen.

Einen Basis-PC für jeden Arbeitsplatz ausstatten und konfigurieren, der in dieser Grundausstattung für jeden Arbeitsplatz in unserem Autohaus relevant ist.

- **Software-Grundlagen**

Die wichtigsten Softwarearten und Softwarebegriffe zu unterscheiden.

Die benötigte Software für einen Basis-PC aufstellen.

Weitere eventuell benötigte Software bereitstellen.

- **Netzwerke**

Grundlagen Netzwerke

Wie kann ein Netzwerk innerhalb unseres Autohauses eingesetzt werden.

- **Datenschutz und Datensicherheit**

Wie wird Datensicherheit gewährleistet und wie wird die Datensicherheit verletzt.

Sicherungsmaßnahmen und Sicherungsmechanismen aufstellen.

- **Internet**

<p>Die wichtigsten Begriffe im Internet verstehen.</p> <p>Dienste des Internets und deren Nutzung.</p> <p>Internetsuche anhand von Suchmaschinen.</p> <p>Webpace für die Internetpräsenz anmieten.</p> <p>Internetpräsenz mit einem Web-Editor (Frontpage) erstellen.</p> <p>Suchmaschinenoptimierung für die Homepage des Autohauses (Metatags).</p> <p>Marketing im Internet</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag und Übungen</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial Hochschuleigene Skripte</p>
<p>Besonderes keine</p>

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung ja	Empfohlenes Fachsemester 1.Semester	Sprache deutsch
<p>Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden</p>				
<p>Präsenz 40% (25 Stunden)</p>		<p>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 60% (37,5 Stunden)</p>		<p>Aufgaben/Gruppenarbeit</p>

Modulbeschreibung

Code II.1	Modulbezeichnung II.1 Wertschöpfungsstrukturen und -prozesse
---------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen den Aufbau sowie die Grundlagen der Entstehung, Steuerung und Optimierung automobilwirtschaftlicher Wertschöpfungsketten und können diese anhand von Beispielen nachvollziehen und erläutern.

Die Studierenden haben einen Überblick über alle logistischen Prozesse in der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfungskette. Die Studierenden können den Gesamtlogistikprozess erfassen, erkennen und kennen die Optimierungsansätze und –methoden.

Im Einzelnen werden die nachfolgend aufgeführten Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen erworben. Die Studierenden können:

- Die Grundlagen von wirtschaftlichen Wertschöpfungsstrukturen - insbesondere in der Automobilwirtschaft – erklären und durch Beispiele verdeutlichen,
- Einen Überblick über Integrationsformen und die Transaktionskostentheorie geben,
- die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Integrationsformen und Wertschöpfungsstrukturen erläutern,
- Konflikte in Hersteller-Zuliefer-Beziehungen und Hersteller-Händler-Beziehungen nachvollziehen und deren Ursachen darlegen,
- Veränderungstreiber und aktuelle Trends für den Wandel automobilwirtschaftlicher Wertschöpfungsstrukturen erkennen, zusammenfassen und in ihren Konsequenzen einordnen,
- Erkenntnisse aus den Beschaffungs- und Vertriebsstrukturen auf andere Bereiche der Wertschöpfung, z.B. Entwicklung oder Logistik, übertragen,
- die Veränderungen in den Wertschöpfungsketten durch die Globalisierung einschätzen und in ihren Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen bewerten,
- Wettbewerbs- und Wachstumsstrategien von Herstellern und Zulieferern im Kontext der Globalisierung verstehen und Konsolidierungstendenzen einordnen.
- Rahmenbedingungen und Grundlagen für das Gesamtverständnis logistischer Prozesse sowie die Zielgrößen der Optimierung logistischer Prozesse kennen und erklären,
- Methoden und Lösungsansätze einer effizienten Logistik anwenden,
- Praxisbeispiele für logistische (Teil-)Prozesse und Lösungen nennen und beschreiben,
- Teilbereiche und Querschnittsfunktionen der Logistik abgrenzen und in ihren Zielen und Aufgaben wiedergeben,
- zur Aufgabenbearbeitung mögliche Abläufe verstehen,
- einen Überblick über IT-Systeme, die für die Logistik relevant sind, geben,
- technische Aspekte der Logistik kennen,
- durch eine technikbezogene Gruppenarbeit Erfahrungen sammeln in der selbständigen Strukturierung von Aufgaben, der Teamarbeit, der Dokumentation von Ergebnissen und der Präsentation vor Zuhörergruppen.
- Literatur und sonstige Quellen zu Fragen der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfungskette eigenständig auffinden und zielorientiert auswerten,
- Aufgabenstellungen individuell und in der Gruppe bearbeiten und Gruppenarbeitsprozesse im Rahmen von themenbezogenen Präsentationen erfolgreich bewältigen.

Inhalte

Das Modul beschäftigt sich zunächst mit dem grundsätzlichen Aufbau von Wertschöpfungsketten und den dabei bestehenden Alternativen und Entscheidungstatbeständen. Auf Basis der Analyse automobilwirtschaftlicher Zusammenhänge auf den unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen erfolgt die Vermittlung ökonomischer und teilweise auch rechtlicher Rahmenbedingungen. Im Mittelpunkt

steht das Zusammenwirken von Zulieferern, Automobilherstellern und -händlern, deren Funktionen sowie die Determinanten der Zusammenarbeit. Einen weiteren Schwerpunkt bilden Make-or-Buy- und How-to-Buy-Entscheidungen aus Perspektive des Herstellers und die Merkmale und Konsequenzen der Globalisierung in der Automobilwirtschaft. Ergänzend geht die Lehrveranstaltung auf die grundlegenden Abnehmerstrukturen in der Automobilwirtschaft ein..

Basierend auf den Grundlagen der Logistik erfolgt ein globaler Überblick über alle logistischen Prozesse in der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfungskette über die verschiedenen Zulieferstufen, beim Automobilhersteller und bis zu den Vertriebsniederlassungen und Händlern. Hierzu gehören insbesondere die Logistikmanagementbereiche Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- und Entsorgungslogistik sowie die Querschnittsfunktionen der Förder-, Transport- und der Informationslogistik.

Lehr-/Lernformen

Vorlesung, gemeinsames Durchdenken von Fragen und Lösungen, Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen, vor- und nachbereitende Aufgaben, Selbststudium von Praxisbeispielen und Lerntexten, themenbezogene Gruppenarbeiten mit Präsentation, Produktions-/Logistiklernspiel, Exkursionen

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Keine formalen Voraussetzungen • Lehrveranstaltungen „Grundlagen der Mobilitäts- und Automobilwirtschaft“ und „Betriebswirtschaftliche Prozesse und Funktionen“ aus erstem Semester • Bereitschaft und Fähigkeit zum selbständigen Arbeiten nach eigener Planung
Vorbereitung für das Modul	Ggf. eigenständiges Literaturstudium, vgl. Literaturangaben

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Querverbindungen und Anknüpfungspunkte zu den Modulen „Kernfunktionen und -prozesse“, „Rechtsgrundlagen in der Automobilwirtschaft“, „IT-gestützte Prozesse“, „Distributionspolitik und Automobilvertrieb“ und „Produktpolitische Planung, Innovationen und neue Technologien“
Einsatz in anderen Studiengängen	Fallweise mit den zuständigen Studiendekanen zu klären

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Bei der Gestaltung automobilwirtschaftlicher Wertschöpfungsketten werden die Implikationen auf den Ressourcenverbrauch, insbesondere durch Transportvorgänge, berücksichtigt. Weiter besteht direkter Bezug durch das Leitbild der verschwendungsarmen, schlanken Logistik, das in den angesprochenen Logistikfeldern verfolgt wird, und die Berücksichtigung der Entsorgungslogistik als Vorlesungskapitel.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Reinhold Bopp		
Modulart Pflichtfach im Grundstudium	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 45 Stunden / ca. 35%	Vor- /Nachbereitung/Selbststudium 45 Stunden / ca. 35%	Aufgaben/Gruppenarbeit 35 Stunden / ca. 30%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.1.1	Wertschöpfungsstrukturen
II.1.2	Logistische Prozesse

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.1.1	Titel der Lehrveranstaltung Wertschöpfungsstrukturen
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele Vgl. Ausführungen zu den Qualifikationszielen des Moduls			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wertschöpfungsstrukturen in der Automobilwirtschaft ▪ Integrationsformen und Transaktionskostentheorie ▪ Gestaltung der Fertigungs- und Vertriebstiefe ▪ Neustrukturierung der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfungskette ▪ Hersteller-Zulieferer-Beziehungen in der Automobilwirtschaft ▪ Hersteller-Händler-Beziehungen in der Automobilwirtschaft ▪ Veränderungstreiber und aktuelle Trends im Automobilvertrieb und -service ▪ Automobilindustrie im Zeichen der Globalisierung ▪ Wettbewerbsfähigkeit und Wettbewerbsstrategien in einem globalen Markt ▪ Wachstumsstrategien im internationalen Kontext ▪ Strukturwandel, Globalisierung und Konsolidierung der Weltautomobilindustrie 			
Lehr-/Lernformen Vorlesung, gemeinsames Durchdenken von Fragen und Lösungen, Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen, vor- und nachbereitende Aufgaben, Selbststudium von Praxisbeispielen und Lerntexten, Exkursion			
Lehr-/Lernmethoden Vgl. Lehr-/Lernformen, Frontalunterricht, fragende Entwicklung der Einzelinhalte, situativer Methodeneinsatz			
Literatur/Lehrmaterial Bossard Consultants: Kooperationen und Partnerschaften zwischen Lieferanten der ersten und zweiten Zulieferebene, Frankfurt/M., 1996. Brachat, H. (Hrsg): Autohaus Management 2015. Autohaus Verlag, Springer Automotive Media München, 2009. Diehlmann, J.; Häcker, J.: Automobilmanagement. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH München, 2. Auflage, 2012. Diez, W.: Automobil-Marketing – erfolgreiche Strategien, praxisorientierte Konzepte, effektive Instrumente. Landsberg a. Lech, 2001. Diez, W.: GVO 2002 – Die neue Herausforderung im Automobilhandel. Ottobrunn b. München, 2002. Diez, W.: Sechs Trends prägen den Automobilvertrieb der Zukunft. Arbeitspapier Nr.2/2003 des Instituts für Automobilwirtschaft, Geislingen/St., 2003. Diez, W.; Reindl, St.: Mehrmarkenhandel – Chance oder Risiko? München, 2004.			

Diez, W.; Reindl, S.; Brachat, H. (Hrsg.) : Grundlagen der Automobilwirtschaft. 4. Auflage, Auto Business Verlag, 2005.

Diez, W.; Reindl, S.; Brachat, H. (Hrsg.) : Grundlagen der Automobilwirtschaft. 5. Auflage, Auto Business Verlag, 2012.

Diez, W.: Automobil-Marketing. mi-Verlag, August 2006

Ebel, B.; Hofer, M. B.: Automotive Management: Strategie und Marketing in der Automobilwirtschaft. 2. Auflage, Springer Verlag Berlin Heidelberg, 2014.

Gmeiner, S.: Konzentrationsprozess in der Automobilzulieferindustrie. Shaker Verlag Aachen, 2005.

Graf, A.: Geschäftsmodelle im europäischen Automobilvertrieb. Gabler GWV Fachverlage Wiesbaden, 2008.

Grünert, M.: Die Automobilindustrie im Lichte der Transaktionskostentheorie. Schriftenreihe Logistik-Management in Theorie und Praxis Band 29, Verlag Dr. Kovac, Hamburg, 2010.

Kraftfahrt Bundesamt (Hrsg.): Jahresberichte. Flensburg lfd. Jahrgänge.

Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategie. 10. Auflage, Campus Verlag Frankfurt/M., 1999.

Preisendörfer, P.: Organisationssoziologie. 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage Wiesbaden, 2008.

Reichhuber, A. W.: Strategie und Struktur in der Automobilindustrie. Gabler GWV Fachverlage Wiesbaden, 2010.

Rennhak, C. (Hrsg.): Die Automobilindustrie von morgen. Ibidem-Verlag Stuttgart, 2009.

Stratmann, U.: Der Zusammenhang zwischen Wertschöpfungsorganisation und strategischen Wettbewerbsvorteilen. Rainer Hampp Verlag, München, Mering, 2010.

Sydow, J.: Strategische Netzwerke - Evolution und Organisation, Wiesbaden, 1992.

VDA: Jahresberichte und Daten zur Automobilwirtschaft. Jeweils aktuellste Ausgaben. Verband der Automobilindustrie Frankfurt/M..

VDA: Future Automotive Industry (FAST) 2015 – die neue Arbeitsteilung in der Automobilindustrie, Mercer Management Consulting und Fraunhofer Institut für Produktionstechnik und Automatisierung, Verband der Automobilindustrie Frankfurt/M., 2004.

VDA: Future Automotive Industry Structure (FAST) 2025, Oliver Wyman, Verband der Automobilindustrie Frankfurt/M., 2013.

VDA: Leitfaden für die Zusammenarbeit zwischen den Automobilherstellern und ihren Zulieferern. Verband der Automobilindustrie Frankfurt/M., 1992.

Wallentowith, H.; Freialdenhoven, A.; Olschewski, I.: Strategien in der Automobilindustrie. Vieweg + Teubner GWV Fachverlage Wiesbaden, 2009.

Williamson, O.E.: The Economic Institutions of Capitalism, New York/London (Free Press) 1985. Dt.: Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus, Tübingen (Verlag Mohr) 1990

Womack, J., Jones, D. T. und Roos, D.: The Machine that changed the World. New York, 1990.

ZDK: Zahlen und Fakten, Bonn, lfd. Jahrgänge.

Besonderes

- Gastreferenten im „Forum Automobilwirtschaft“ mit ausgewählten, praxisrelevanten Themen aus der Automobilwirtschaft
- Exkursion

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2,5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz Ca. 35%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium Ca. 35%		Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 30%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.1.2	Titel der Lehrveranstaltung Logistische Prozesse
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Vgl. Ausführungen zu den Qualifikationszielen des Moduls

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Einführung und Grundlagen
- Rahmenbedingungen und Strategien
- Beschaffungslogistik
- Produktionslogistik
- Distributionslogistik
- Entsorgungslogistik
- Logistikcontrolling
- Informations- und Kommunikationstechnik
- Technik in der Logistik
- 90-minütiges Produktions-/Logistiklernspiel in Kleingruppen

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung, gemeinsames Durchdenken von Fragen und Lösungen, Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen, vor- und nachbereitende Aufgaben, Selbststudium von Praxisbeispielen und Lerntexten, themenbezogene Gruppenarbeiten mit Präsentation, Lernspiel, Exkursionen

Lehr-/Lernmethoden

Vgl. Lehr-/Lernformen, Frontalunterricht, fragende Entwicklung der Einzelinhalte, situativer Methodeneinsatz, Gruppenpräsentationen, Lernspiel

Literatur/Lehrmaterial

Bichler, K.: 100 Logistikkennzahlen. cometics publishing GmbH & Co. KG Wiesbaden, 2007.
 Blom, F.; Harlander A.: Logistik-Management. 2. Auflage, expert verlag Renningen, 2003.
 Czyskowsky, T.; Piontek, J.: Logistikcontrolling. Deutscher Betriebswirte-Verlag GmbH Gernsbach, 2007.
 Ehrmann, H.: Logistik. 7. Auflage, Kiehl, Friedrich, Verlag GmbH Ludwigshafen, 2012.
 Erlach, K.: Wertstromdesign: Der Weg zur schlanken Fabrik. 2. Auflage, Springer Verlag Berlin Heidelberg, 2010.
 Geisel, R.: Strategien einer einsatzsynchrone Beschaffung. Gabler Edition Wissenschaft, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden, und Deutscher Universitäts-Verlag GmbH, Wiesbaden, 2000.
 Glohr, C.: Supply Chain Performance Management. In: Controlling, Heft 1, Seite 615-621, November 2003.
 Goldratt, E. M.; Cox, J.: Das Ziel: Ein Roman über Prozessoptimierungen. 3. Auflage, Campus Verlag

Frankfurt New York, 2002.

Gudehus, T.: Logistik. 4. Auflage, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2010.

Ihme, J.: Logistik im Automobilbau. Carl Hanser Verlag München Wien, 2006.

Arnold, D.; Furmans, K.; Isermann, H.; Kuhn, A.; Tempelmaier, H.: Handbuch Logistik. 3. Auflage, Springer Verlag Berlin Heidelberg, 2008.

Jünemann, R.: Materialfluß und Logistik - Systemtechnische Grundlagen mit Praxisbeispielen. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1989.

Klevers, Thomas: Wertstrom-Mapping und Wertstrom-Design. mi-Fachverlag Redline GmbH, 2007.

Klug, F.: Logistikmanagement in der Automobilindustrie. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2010.

Kummer, S. (Hrsg.); Grün, O.; Jammerneegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. 3. Auflage, Pearson Education Deutschland GmbH, 2013.

Liker,, J. K.: Der Toyota Weg. 5. Auflage, FinanzBuch Verlag München, 2008.

Pfohl, H.-C.: Logistikmanagement. 2. Auflage, Springer-Verlag Berlin Heidelberg New York, 2004.

Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme. 8. Auflage, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2010.

Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten. 4. Auflage, Campus-Verlag Frankfurt/Main, 1987.

Rother, M.; Shook, J.: Sehen lernen. Lean Management Institut Aachen, 2004.

Schuh, G.; Stich, V.: Logistik-Management. 2. Auflage, Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2013.

Schulte, C.: Logistik, 6. Auflage, Verlag Franz Vahlen GmbH München, 2012.

Schulte, G.: Material- und Logistikmanagement, 2.Auflage, Oldenbourg, 2001

Selzer, G.: Einführung in die Logistik, 2. Auflage, Shaker Verlag Aachen, 2004.

Schönsleben, P.: Integrales Logistikmanagement. 6. Auflage, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2011.

Urban, A.: Just-in-Time-Konzepte und Prozesscontrolling. VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken, 2007.

VDA-Band 17: Logistik-Prozess-Analyse. Version 2.1 Auflage 2000, VDA-QMC, Beuth-Verlag, 2000.

VDA-Empfehlung 5010: Standardbelieferungsformen der Logistik in der Automobilindustrie. Version 1.0, Verband der Automobilindustrie Frankfurt, 2008.

Weber, J.; Baumgarten, H.: Handbuch Logistik. Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, 1999.

Weber, J.; Wallenburg, C. M.: Logistik- und Supply Chain Controlling. 6. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, 2010.

Wiendahl, H.-P.: Betriebsorganisation für Ingenieure. 5. Auflage, Carl Hanser Verlag München Wien, 2005.

Womack, J.P.; Jones: Lean Thinking. Campus Verlag Frankfurt New York, 2004.

Womack, J.P.; Jones, D.T.; Roos, D.: Die zweite Revolution in der Autoindustrie. 6. Auflage, Campus Verlag Frankfurt New York, 1992.

Besonderes

- Gastreferenten im „Forum Automobilwirtschaft“ mit ausgewählten, praxisrelevanten Themen aus der Automobilwirtschaft
- Produktions-/Logistiklernspiel „Automobilproduktion“
- Technikthemen werden durch studentische Gruppenarbeiten vorbereitet und vertieft
- Exkursion

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2,5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz Ca. 35%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium Ca. 25%		Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 40%

Modulbeschreibung

Code II.2	Modulbezeichnung II.2 Rechtsgrundlagen in der Automobilwirtschaft
---------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Grundwissen zum Kaufvertragsrecht erlernen und Problembereiche beim Autokauf erkennen können. Grundwissen zu den Pflichtverletzungen im Schuldverhältnis erwerben und Ansprüche des Gläubigers bei Pflichtverletzung kennen lernen.
Inhalte insbesondere <ul style="list-style-type: none">• Grundwissen zum Kaufvertragsrecht sowie zu ausgewählte Problembereichen beim Autokauf.• Grundwissen zu den Pflichtverletzungen im Schuldverhältnis und die damit im Zusammenhang zu sehenden Ansprüche des Gläubigers bei einer Pflichtverletzung.
Lehr-/Lernformen <ul style="list-style-type: none">• Vorlesung (lecture)• Übungen (exercises)

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Für diese einführende Veranstaltung sind keine Vorkenntnisse erforderlich
Vorbereitung für das Modul	Für diese einführende Veranstaltung ist keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	
Einsatz in anderen Studiengängen	Diese Veranstaltung ist spezifisch auf den automobilwirtschaftlichen Schwerpunkt des Studiums abgestimmt.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Eine nachhaltige Entwicklung hinsichtlich der ökonomischen Perspektive erfordert Rechtssicherheit.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Stefan Reindl		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 2,5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.2.1	Kaufvertragsrecht
II.2.2	Leistungsstörungen

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

II.2.1/II.2.2	Kaufvertragsrecht und Leistungsstörungenrecht
---------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

1. Der Kaufvertrag

- Arten der Vertragsparteien
 - Verbraucher
 - Unternehmer
- Neuwagenkauf
 - Vertragsabschluss, Vertragsinhalt,
- Gebrauchtwagenkauf
 - Vertragsschluss
 - Vertragsinhalt je nach Vertragsparteien
- Vertragsabschlusstechnik, AGB-Einfluss, Versteigerung, Kauf mit dynamischer Preisbildung und vorweggenommener Annahmeerklärung

2. Die Widerrufsrechte des Verbrauchers

3. Die Sachmangelhaftung

- Neuwagen und Gebrauchtwagen
 - Mangelbegriff
 - Rechte des Käufers, Rechte des Verkäufers
 - Nacherfüllung, Rücktritt, Minderung, Schadensersatz, Ersatz vergeblicher Aufwendungen
 - Verjährungsfragen
 - Gewährleistungsausschluss und -verbot

4. Garantieverträge

- Rechtsgrundlage
- Garantieansprüche und Sachmangelhaftung

5. Leistungsstörungen im Überblick

- Unmöglichkeit (§ 275)
- “
- Schuldnerverzug
- Nebenpflichtverletzung

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

- Vorlesung

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung (lecture)
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Reinking/Eggert, Der Autokauf, 12. Auflage 2014 (Werner Verlag) • Otting in Buschbell, Straßenverkehrsrecht, 4. Auflage 2015 (C.H.Beck)
Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 5	SWS 4	Gruppeneinteilung teilweise	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache deutsch
Workload: 5 x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 70 %		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Modulbeschreibung

Code II.3	Modulbezeichnung II.3 Kernfunktionen und -prozesse in der Automobilwirtschaft
---------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele Das Modul schafft einen Überblick über unternehmerische Grundstrukturen und Abläufe in der Beschaffung und Produktion. Die konzeptuellen Alternativen werden vorgestellt und auf Unternehmen der Automobilwirtschaft spezifiziert. Die Studierenden sind in der Lage, die unterschiedlichen Möglichkeiten zu beurteilen und für eine spezifische Situation gegeneinander abzuwägen.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Aufbau-, Ablauf und Prozessorganisation • Operative und strategische Aspekte der Beschaffung
<p>Lehr-/Lernformen s. bei Ausgestaltung der Module</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Hinblick auf betriebliche Funktionen und Prozesse werden vorausgesetzt.
Vorbereitung für das Modul	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	<p>Vorgelagerte Module: I.1 Automobilnachfrage und -absatz I.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen in der Automobilwirtschaft I.4 Quantitative Methoden I</p> <p>Nachgelagerte Module: III.1 IT-gestützte Prozesse in der automobilen Wertschöpfung IV.3 Managementfunktionen und -instrumente VI.5 Managementfunktionen und -prozesse</p>
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100 %

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Alfred Stöber		
Modulart Pflichtfach	Turnus jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ETCS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden		
Präsenz/ Kontakt 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.3.1	Unternehmens- und Prozessorganisation
II.3.2	Beschaffungsprozesse

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

II.3.1	Unternehmens- und Prozessorganisation
--------	---------------------------------------

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Die Veranstaltung vermittelt die Grundlagen der traditionellen Auf- und Ablauforganisation sowie der Prozessorganisation. Organisatorische Alternativen werden in Bezug zu ihrem historischen Hintergrund vorgestellt und diskutiert, in Kleingruppen werden praxisbezogene Fragestellungen bearbeitet und präsentiert. Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche Organisationsmodelle zu beurteilen und für eine spezifische Situation gegeneinander abzuwägen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Gegenstand und Einordnung der Organisation
- Aufbauorganisation
 - Gestaltungsparameter der Organisation
 - Primäre und sekundäre Organisationsstrukturen
 - Bedingungsfaktoren der Organisation
- Ablauforganisation
- Prozessorganisation
- Business Process Reengineering
- Organisationsplanung
- Organisationsentwicklung

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien
- Learn-team-Coaching

Lehr-/Lernmethoden

siehe Lehr-/Lernformen

Literatur/Lehrmaterial

Bea, F.X.; Friedl, E., Schweitzer, D.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Band 2: Führung, 9. Aufl., Stuttgart (UTB) 2005

Bea, F.X.; Göbel, E.: Organisation, 4. Auflage, Stuttgart (UTB) 2010

Köglmayr, H.-G.; Bantscheff, W.: Es ist Zeit für Prozessorganisation,

www.inputmagazin.de/hauptrubriken1.php3?beitrag=264&rubrik=13&offset=0
(20.12.03)

Schlick, C., Bruder, R., Luczak, H.: Arbeitswissenschaft, 3. Aufl., Berlin (Springer) 2010	
Picot, A.:	Organisation, in: Bitz, M. u.a., Vahlens Kompendium der Betriebswirtschaftslehre, Band 2, 5. Aufl., München (Vahlen) 2005
Schmidt, G.:	Grundlagen der Aufbauorganisation, 4. Aufl., Wettenberg (Verlag Dr. Götz Schmidt) 2004
Staud, J.:	Geschäftsprozessanalyse, 3. Aufl., Berlin (Springer) 2006
Besonderes	

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25= 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

II.3.2	Beschaffungsprozesse
---------------	-----------------------------

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Die Veranstaltung betrachtet den operativen Beschaffungsprozess industrieller Unternehmen und strategische Aspekte der Zuliefer-Abnehmerbeziehung. Verfahren der Bedarfs- und Beschaffungsplanung sowie zwischenbetriebliche Gestaltungsoptionen werden vorgestellt und diskutiert, in Kleingruppen werden praxisbezogene Fragestellungen bearbeitet und präsentiert. Die Studierenden können operative Aufgaben der Beschaffungsplanung durchführen und die Markt- und Beschaffungsstrukturen in der Automobilwirtschaft beurteilen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Gegenstand und Einordnung der Beschaffung und Logistik sowie der unterstützenden Wissenschaften Statistik und Jurisprudenz in die Wertkette und Supply Chain
- deterministischen und stochastische Verfahren der Materialbedarfsplanung
- ABC-Analyse
- Beschaffungsarten
- XYZ-Analyse
- Bestellmengen- und Bestellterminrechnung, Lagerhaltungsmodelle
- Phasen des Einkaufszyklus
- Vertragsformen, Zahlungs- und Lieferbedingungen
- Beschaffungsmarketing und Lieferantenauswahl
- Portfoliokonzepte
- Sourcing-Strategien

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien
- Learnteam-Coaching

Lehr-/Lernmethoden

siehe Lehr-/Lernformen

Literatur/Lehrmaterial

Bauer, A.; Gratzl, G.: mySAP SCM Materialwirtschaft, München (Addison Wesley in Pearson Education Deutschland) 2004

Bea, F.-X.; Friedl, E.; Schweitzer, D.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Band 3: Leistungsprozess, 9. Aufl., Stuttgart (UTB) 2006

Kluck, D.: Materialwirtschaft und Logistik, 3. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2008

Melzer-Ridinger, R.: Materialwirtschaft und Einkauf, Band 1: Beschaffung und Supply Chain Management, 4. Auflage, München (Oldenbourg) 2004

Schulte, G.: Material- und Logistikmanagement, 2. Auflage, München (Oldenbourg) 2001

Tempelmeier, H.: Material-Logistik: Modelle und Algorithmen für die Produktionsplanung und -steuerung in Advanced Planning-Systemen, 6. Aufl., Berlin (Springer) 2005

Vry, W.: Materialwirtschaft im Industriebetrieb: Beschaffung – Lagerhaltung- Logistik, 8. Auflage, Ludwigshafen (Kiehl) 2008

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Modulbeschreibung

Code II.4	Modulbezeichnung II.4 Jahresabschluss
---------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Grundlegende Fragen, die mit den Elementen eines Jahresabschlusses zusammenhängen, kennen und bearbeiten lernen, bilanzielle Zusammenhänge in ihrer Bedeutung erfassen, einschlägige rechtliche Vorschriften kennen lernen und die Bedeutung und Aufgaben von Anhang und Lagebericht erkennen können. Ziele und Instrumente der Bilanzpolitik im Einzelabschluss kennen lernen, Möglichkeiten und Grenzen der Bilanzpolitik erfahren, Analysemethoden zur Beurteilung wesentlicher Aspekte erlernen und anwenden können und den Ratingprozess anhand eines HGB-Abschlusses nachvollziehen können.
Inhalte insbesondere <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen zu Inhalten des Jahresabschluss• Grundlagen der Bilanzpolitik• Grundlagen der Bilanzanalyse
Lehr-/Lernformen <ul style="list-style-type: none">• Vorlesung (lecture)• Übungen (exercises)• Fallstudien (business cases)

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Kenntnisse zu betriebswirtschaftlichen Grundzusammenhängen, Fertigkeiten und Kompetenzen zum internen und externen Rechnungswesen
Vorbereitung für das Modul	Für diese einführende Veranstaltung ist keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	I 1.3 Betriebswirtschaftliche Funktionen I.4 Quantitative Methoden I III.3 Internes Rechnungswesen und Unternehmensrechnung IV.3 Managementfunktionen und -instrumente
Einsatz in anderen Studiengängen	Diese Veranstaltung ist unabhängig vom Schwerpunkt eines Studiums zu sehen.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Die ökonomische Perspektive der Nachhaltigkeit erfordert es, die wirtschaftliche Situation transparent darzustellen. Dabei ist der Jahresabschluss eines der wichtigsten Informationsinstrumente für viele Stakeholder.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Stefan Reindl		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 2,5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.3.1	Jahresabschluss I
II.3.2	Jahresabschluss II

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

II.3.1	Jahresabschluss I
--------	-------------------

Ausgestaltung

<p>Qualifikationsziele Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kontokorrent- und vorbereitende Abschlussbuchungen • nationale und internationale Rechtsnormen zur Bilanzierung • Aufgaben des Jahresabschlusses und Interessen am Jahresabschluss • Beziehung zwischen handels- und steuerrechtlichem Rechnungswesen • Bestandteile des Jahresabschlusses, Pflicht zur Bilanzaufstellung • Bilanzinhalte • Anlagevermögen • Umlaufvermögen • Eigenkapital • Rückstellungen • Verbindlichkeiten • Rechnungsabgrenzungsposten • Bewertungsmaßstäbe und Bewertungsvorschriften • Gliederungsvorschriften und Gestaltungsalternativen • Verbale Berichterstattung im Rahmen der externen Berichterstattung (Anhang und Lagebericht) • Rechtsformspezifische Besonderheiten beim Jahresabschluss 			
<p>Lehr-/Lernformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung mit Übungen 			
<p>Lehr-/Lernmethoden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung (lecture) • Übungen (exercises) • Fallstudien (business cases) 			
<p>Literatur/Lehrmaterial</p> <ul style="list-style-type: none"> • o. A.: Beck'scher Bilanzkommentar, 9. neubearb. Auflage, München (C.H. Beck) 2014 • C.H. Beck: Steuergesetze, Steuerrichtlinien, Deutsche Gesetze, München (C.H. Beck) laufend aktualisiert • Buchholz Rainer: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, 8. Auflage, München (Vahlen) 2013 			
<p>Besonderes</p>			

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung teilweise	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

II.3.2	Jahresabschluss II
--------	--------------------

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Ziele und Instrumente der Bilanzpolitik im Einzelabschluss
- Grenzen der Bilanzpolitik im Einzelabschluss
- Analysemethoden zur Beurteilung
 - der Vermögenslage
 - der Ertragskraft und des Wachstums
 - der Kapitalstruktur
 - der Finanzkraft und der Finanzierungsstruktur
- Fallstudie Analyse eines aktuellen Jahresabschlusses
- Simulation zur Bilanzpolitik
- Ratingprozess anhand eines HGB-Abschlusses
- Einflussgrößen auf Rating-relevante Kennzahlen
- Wiederholung

Lehr-/Lernformen

Vorlesung mit Übung

Lehr-/Lernmethoden

- Vorlesung (lecture)
- Fallstudien (Business Cases)
- Übungen (exercises)

Literatur/Lehrmaterial

- o.A.: Beck'scher Bilanzkommentar, 9. Neubearb. Auflage, München (C.H. Beck) 2014
- C.H. Beck: Steuergesetze, Steuerrichtlinien, Deutsche Gesetze, München (C.H. Beck) laufend aktualisiert
- Everling Oliver (Hrsg.): Certified Rating Analyst, München (Oldenbourg Wissenschaftsverlag) 2008
- Schneck Ottmar: Finanzierung, 2. Auflage, München (Vahlen) 2003
- Schneck Ottmar: Risikomanagement, 1. Auflage, Weinheim (Wiley-VCH) 2010
- Wöltje Jörg: Betriebswirtschaftliche Formelsammlung, 5. Auflage, Freiburg (Haufe) 2011

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Modulbeschreibung

Code II.5	Modulbezeichnung II.5 Quantitative Methoden und wissenschaftliches Arbeiten II
--------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Um an einem Markt mit seinen immer neuen Herausforderungen bestehen zu können, muss das Management eines Unternehmens ständig agieren und reagieren. Hierzu ist es erforderlich, dass zielgerichtete Entscheidungen getroffen werden. Die Unterstützung derartiger Entscheidungen auf Grundlage von Modellen und deren Lösung mit Hilfe geeigneter Verfahren ist Gegenstand des Operations Research (OR).

Ein übergeordnetes Ziel des Moduls ist daher, dass die Studierenden aufbauend auf den Mathematik-Kenntnissen die grundlegenden Methoden des Operations Research kennenlernen. Den Studierenden wird die mathematisch-analytische Denkweise in Bezug auf die Lösung betriebswirtschaftlicher Probleme nahegebracht. Besonderer Wert wird auf die Anwendung der Methoden gelegt, d. h. die Modellierung konkreter ökonomischer Optimierungsprobleme, den adäquaten Einsatz von Optimierungsalgorithmen zur Lösung dieser Probleme und die ökonomische Interpretation der Ergebnisse (Fach-, Methoden- und Systemkompetenz). Die Studierenden sollen grundsätzlich in die Lage versetzt werden, auch später in realen Problemen mathematisch orientierte Methoden einsetzen zu können.

Ein weiteres Hauptziel des Moduls besteht darin, dass die Studierenden die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens und der mündlichen Präsentation beherrschen. Die fachlichen bzw. methodischen Kompetenzen bestehen vor allem darin, qualifiziert Quellen zu recherchieren und auszuwerten, eine eigene wissenschaftliche Arbeit anzufertigen und diese geeignet zu präsentieren. Die Studierenden können auf der Grundlage begrenzter Informationen einen problematischen Sachverhalt so darstellen, dass sie dabei gesellschaftliche, ökonomische, ökologische und ethische Perspektiven berücksichtigen (Systemkompetenz).

Die Sozialkompetenz der Studierenden u.a. dadurch gefördert, dass sie Aufgaben in Gruppenarbeit lösen und sowohl die schriftliche Arbeit als auch die mündliche Präsentation gemeinsam mit anderen anfertigen. Kompetenzen in der Selbstorganisation erwerben die Studierenden durch die selbständige Bearbeitung von Aufgaben und Fallbeispielen und dadurch, dass Ihnen die Grundregeln des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt werden, die dann in einer schriftlichen Ausarbeitung und einer mündlichen Präsentation anzuwenden sind. Sie sind im Anschluss an die Veranstaltung in der Lage, ein Optimierungsproblem eigenständig zu lösen bzw. eine Untersuchung weitgehend eigenständig durchzuführen.

Inhalte

- Modellierung
- (Ganzzahlige) lineare Programmierung: graphische und rechnerische Lösung (Simplex-Algorithmen, Branch-and-Bound-Algorithmen) sowie Sensitivitätsanalysen
- Graphentheorie und Netzplantechnik (insb. CPM)
- Qualifizierte Quellenrecherche
- Techniken beim Anfertigen einer eigenständigen wissenschaftlichen Arbeit
- Umsetzen schriftlich erarbeiteter Fakten in einen überzeugenden mündlichen Vortrag
- Grundlegende Präsentationstechniken bzgl. Sprache, Gestik, Mimik, Medieneinsatz
- Auftritt als Gruppe
- Moderation und Diskussion

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Interaktive Vorlesung: Seminaristischer Unterricht mit Übungsaufgaben

Vorlesungsbegleitende Tutorien

Vorlesung

Selbständiges Erarbeiten von Wissen durch Gruppenarbeit

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formale Teilnahmevoraussetzungen existieren nicht. Die erfolgreiche Teilnahme an der LV II.5.1 erfordert ein gewisses analytisches Denkvermögen und mathematisches Grundverständnis (Schulmathematik und Modul I.4). Das erfolgreiche Anfertigen einer schriftlichen Hausarbeit und die Präsentation der Ergebnisse jeweils in Gruppenarbeit erfordern ein gewisses Textverständnis für wissenschaftliche Quellen und die Fähigkeit, selbst deutsche Texte zu formulieren, sowie Sozialkompetenz.
Vorbereitung für das Modul	Siehe Literaturangaben und Hinweise in den Manuskripten zu den Veranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Insbesondere bestehen Zusammenhänge zu: <ul style="list-style-type: none"> • Modul I.4 „Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler“ sowie die LV I.2.1 „Betriebswirtschaftliche Prozesse und Funktionen“ • LV II.2.2 Beschaffungsprozesse • Modul III.5 „General Management: Internes Rechnungswesen & Unternehmensrechnung“; LV III.2.1 „Grundseminar“ und Oberseminar
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Keine

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
<ul style="list-style-type: none"> • Klausur (60 min) • Hausarbeit und Präsentation 	Jeweils 50%

Organisation

Modulverantwortliche/r Frau Prof. Dr. Isabel Acker		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 25 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code II.5.1	Operations Research
Code II.5.2	Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und Präsentationstechniken

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.5.1	Titel der Lehrveranstaltung Operations Research
----------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach

Die Studierenden lernen die wesentlichen fachlichen und methodischen Grundlagen des Operations Research kennen und sind in der Lage, diese auf konkrete Fragestellungen zu übertragen und auf neue praktische Fälle anzuwenden.

Systemische Kenntnisse

Die Studierenden erkennen die Wechselwirkungen zwischen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und sind in der Lage, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation zu begründen sowie die Anwendungsprämissen der einzelnen erlernten Verfahren vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen im Unternehmen kritisch zu reflektieren und zu bewerten.

Kenntnisse und Fertigkeiten bezogen auf die Selbstorganisation

Die Studierenden verarbeiten selbständig die Inhalte der Vorlesung und üben die Methoden an vorgegebenen Aufgabenstellungen anhand ausgegebener Materialien ein. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg.

Kenntnisse und Fertigkeiten bezogen auf die Sozialkompetenz

Durch Übungen in Gruppen werden die sozialen Fertigkeiten der Studierenden gefördert.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Entscheidungstheorie
- Modellierung
- Graphische Analyse linearer Programme
- Simplexalgorithmen (primaler, dualer und Zweiphasen-Simplex)
- Sensitivitätsanalyse
- Ganzzahlige lineare Programmierung
- Grundlagen der Graphentheorie
- Netzplantechnik (insb. CPM)

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Interaktive Vorlesung mit Beispielen Vorlesungsbegleitende Tutorien mit Übungsaufgaben
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode und Übungen (z.T. Gruppenarbeit) Tutorien mit Übungsaufgaben zur Vertiefung und praktischen Anwendung des Stoffs Live-Demonstration der Vorgehensweise beim Einsatz von Optimierungssoftware
Literatur/Lehrmaterial (Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.) Vorlesungsskript mit Beispielen, Aufgaben und Musterlösungen Aufgabensammlung mit Lösungshinweisen Kurzschrift LINGO Domschke, W. und A. Drexl: Einführung in das Operations Research, Heidelberg: Springer. Kallrath, J.: Gemischt-ganzzahlige Optimierung: Modellierung in der Praxis, Braunschweig: Vieweg. Winston, W. L.: Operations Research: Applications and Algorithms, Duxbury. Zimmermann, H.-J.; Stark, C.; Rieck, J.: Projektplanung: Modelle, Methoden, Management, Berlin: Springer.
Besonderes <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsbegleitende Tutorien zur Wiederholung und Vertiefung des Vorlesungsstoffs anhand konkreter Aufgaben • Alle TutorInnen werden im Rahmen der hochschulinternen Didaktik-Schulung ausgebildet.

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 2.	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 25 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.5.2	Titel der Lehrveranstaltung Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und Präsentationstechniken
----------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Fachkompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die u. g. Inhalte beim Erstellen einer Hausarbeit und deren mündlicher Präsentation unter Anleitung anzuwenden. Dabei erweitern Sie ihre Fertigkeiten im Fach.

Die Studierenden können selbständig eine Fragestellung entwickeln, eingrenzen und abgrenzen. Sie können zielorientiert und effizient Informationen recherchieren, auswerten und verknüpfen. Dabei berücksichtigen sie die Kriterien wissenschaftlichen Arbeitens. Sie können ihre Ergebnisse adressatenorientiert kommunizieren, d.h. interessant, verständlich, schlüssig und ohne Redundanz.

Fertigkeiten bezogen auf Systeme

Die Studierenden können auf der Grundlage begrenzter Informationen einen problematischen Sachverhalt so darstellen, dass sie dabei gesellschaftliche, ökonomische, ökologische und ethische Perspektiven berücksichtigen.

Fertigkeiten der Selbstorganisation

Die Studierenden sind mit Lern- und Arbeitstechniken, die über die schulischen Erfahrungen hinaus gehen vertraut, wie z.B. selbständige Planung einer wiss. Arbeit, Lesestrategien, Exzerpieren. Sie sind in der Lage, eine Untersuchung weitgehend eigenständig durchzuführen.

Fertigkeiten im Umgang mit Anderen

Die Studierenden können eine wiss. Arbeit gemeinsam mit anderen erarbeiten und dabei Verantwortung für die Arbeitsgruppe übernehmen. Sie sind in der Lage, Fragestellungen und Problemlösungen zu formulieren, vorzutragen und argumentativ zu verteidigen. Sie können sich mit Fachvertretern und mit Laien über Informationen, Probleme und Ideen austauschen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Bedeutung wiss. Arbeitens für die Praxis
- Grundsätze und Kriterien wiss. Arbeitens
- Aktives Fragen
- Literaturrecherche

- Literaturverzeichnis erstellen
- Exposé erstellen
- Lesetechniken, Lesestrategien
- Aufbau einer Argumentation
- Gliederung und Rohentwurf
- Beleg und Zitation
- Fachbegriffe, Definition und Klassifikation
- Adressatenorientierung
- Optik und Visualisierung (Tabellen, Grafiken, Fotos)
- Vortragsweise verbal und nonverbal
- Medien (Overhead, Beamer, Flipchart, Metaplan, Handout)
- Moderation einer Diskussion

Lehr-/Lernformen

Vorlesung

Selbständiges Erarbeiten von Wissen durch Gruppenarbeit

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen; Mindmapping, Metaplan
- ⇒ Selbststudium, kooperatives Lernen
- ⇒ CognitiveApprenticeship

Literatur/Lehrmaterial

Beadle, Matt (2008): Präsentieren - wirkungsvoll und strukturiert : deutsch – englisch. 1. Aufl. Berlin : Cornelsen

Boeglin, Martha (2007): Wissenschaftlich Arbeiten Schritt für Schritt. Gelassen und effektiv studieren. München: Wilhelm Fink Verlag

Böhringer, Joachim; Bühler, Peter; Schlaich, Patrick (2007): Präsentieren in Schule, Studium und Beruf. Berlin, Heidelberg : Springer

Bucher, Sabine; Fitzke, Christiane, Lepp, Sylvia et al. Wie man eine wissenschaftliche Arbeit erstellt, Unveröffentlicht. Nürtingen, Geislingen: HfWU

Hartmann, Martin; Bischoff, Irena; Schildt, Thorsten u.a. (2009): Die überzeugende Präsentation. Methoden, Medien und persönlicher Auftritt. Weinheim, Basel: Beltz

Schildt, Thorsten; Kürsteiner, Peter (2003): 100 Tipps&Tricks für Overhead- und Beamerpräsentationen. 2. Auflage. Weinheim, Basel: Beltz

Stickel-Wolf, Christine; Wolf, Joachim (2006): Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: Erfolgreich studieren gewusst wie! 4., überarbeitete Auflage Springer Link

Besonderes

Die Studierenden bearbeiten in 3er und 4er Gruppen selbstgewählte aktuelle Themen der Automobilwirtschaft, die sie vor dem Plenum präsentieren und gemeinsam diskutieren.

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 2.	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 50 %	

Modulbeschreibung

Code II.6	Modulbezeichnung II.6 Business English II & Business Computing II
---------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) ▪ Zusammenfassung des kpl. Moduls (BE und BC)	
Inhalte Zusammenfassung des kpl. Moduls (BE und BC)	
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) ⇒ Vorlesung auf Englisch (lecture) ⇒ Übungen (Lese-, Hörverständnis, Sprechen, Grammatik) (exercises) ⇒ Rollenspiele (role plays) ⇒ Gruppenarbeiten (teamwork)	} Nur BE

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Kenntnisse des Moduls I.6
Vorbereitung für das Modul	Kenntnisse des Moduls I.6

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Querverbindungen und Anknüpfungspunkte zu den Modulen I.6 und III.6 Business English und Business Computing
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Globale nachhaltige Entwicklung in der Produktion Ressourcenschonender Umgang mit der EDV	} Nur BC
--	----------

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil
K 90/S	60%/40%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Gunda Neubauer		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 x 25 = 125 Std. mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 40 % (50 h)	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 55 % (68,75 h)	Aufgaben/Gruppenarbeit 5 % (6,25 h)

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.6.1	Business English II
II.6.2	Business Computer II

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.6.1	Titel der Lehrveranstaltung Business English II
----------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte Relevante und interessante wirtschaftswissenschaftlichen Themen, die essentielle <i>Business Skills</i> für Studierende vermitteln. Einzigartige <i>Diversity</i> -und <i>Ethics</i> -Aufgaben sensibilisieren für interkulturelle Themen und Konflikte in der Geschäftswelt. Der <i>Company Case</i> in jeder Unit regt strategisches Denken an und trainiert gleichzeitig das in der Unit erarbeitete Vokabular.			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übungen			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Begleitendes Selbststudium; Fallstudien; Rollenspiele; Brainstorming; Diskussionen; Übungen; Gruppenarbeit; Hausarbeit			
Literatur/Lehrmaterial Butzphal, Gerlinde und Maier-Fairclough, Jane: Career Express Business English B2 - Coursebook, Berlin (Cornelsen Verlag) 2010			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung ja	Empfohlenes Fachsemester 2. Semester	Sprache Englisch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Std. mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 40% (25 Stunden)		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 50% (31,25 Stunden)		Aufgaben/Gruppenarbeit 10% (6,25 Stunden)

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code: II.6.2.	Titel des Modulelements: Business Computing II
-------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Sicheres Erstellen von Seminararbeiten mit Hilfe von Microsoft Word.

Erarbeiten einer professionellen Präsentationstechnik mit Hilfe von Microsoft PowerPoint

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Präsenzveranstaltung

Wissenschaftliche Arbeiten erstellen mit Microsoft Word

- Text perfekt erstellen, verwalten und optimieren
- Professionelle Formatierungen
- Seitenlayout
- Silbentrennung Grammatik und Textsprache
- Tabulatoren, Tabellen und deren Gestaltung
- Einbinden und Verknüpfen von Daten aus anderen Programmen – hier Microsoft EXCEL
- Erstellen von Kopf- und Fußzeilen
- Fuß- und Endnoten
- Arbeiten mit Abschnitten
- Arbeiten mit Formatvorlagen
- Einfügen und Bearbeiten von Grafiken und Bildern
- Erstellen von Abbildungsverzeichnissen, Inhaltsverzeichnissen und Literaturverzeichnissen
- Verwalten von Quellen
- Arbeiten mit Rechtsgrundlagenverzeichnissen.

Daten perfekt präsentieren mit PowerPoint

- Grundlagen der Foliengestaltung
- Erstellen von Folienobjekten
- Arbeiten mit verschiedenen Ansichten
- Erstellen und bearbeiten von Präsentationsvorlagen
- Formatierungen effizient erstellen mit Hilfe der Masterfolien
- Grafiken, Bilder und Multimediaelemente in Präsentationen einbinden
- Bearbeiten und Abspielen von Videos
- Videos von Webseiten einbinden
- Animationen für Bildschirmpräsentationen sinnvoll einsetzen
- Präsentationen im Team bearbeiten
- Begleitmaterial für Präsentationen erstellen

Präsentationen professionell vorführen unter Berücksichtigung körpersprachlicher Aspekte

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit praktischen Übungen und eigenen Ausarbeitungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Literatur/Lehrmaterial Begleitscript ECDL - Lernprogramme
Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung ja	Empfohlenes Fachsemester 2. Semester	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Std. mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 40% (25 Stunden)		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 60% (37,5 Stunden)		Aufgaben/Gruppenarbeit

Modulbeschreibung

Code III.1	Modulbezeichnung III.1 IT-gestützte Prozesse in der Automobilwirtschaft
----------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Das Modul schafft einen Überblick über aktuelle IuK- bzw. eBusiness-Systeme und deren Potenzial zur Optimierung der ablauforganisatorischen Zielgrößen. Die systemischen Alternativen werden vorgestellt und auf Unternehmen der Automobilwirtschaft spezifiziert. Die Studierenden sind in der Lage, die unterschiedlichen Möglichkeiten zu beurteilen und für eine spezifische Situation gegeneinander abzuwägen.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elektronische Unterstützung innerbetrieblicher Prozesse durch betriebliche IuK-Systeme ▪ Elektronische Unterstützung zwischenbetrieblicher Prozesse durch eBusiness-Systeme
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) s. bei Ausgestaltung der Module</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Hinblick auf betriebliche Funktionen und Prozesse werden vorausgesetzt.
Vorbereitung für das Modul	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	<p>Vorgelagerte Module: II.2 Kernfunktionen und –prozesse in der Automobilwirtschaft</p> <p>Nachgelagerte Module: IV.3 Managementfunktionen und -instrumente VI.5 Managementfunktionen und -prozesse</p>
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100 %

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Alfred Stöber		
Modulart Pflichtfach	Turnus jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 x 25 Stunden = 125 Stunden		
Präsenz/ Kontakt 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.1.1	Betriebliche IuK-Systeme in der Automobilwirtschaft
III.1.2	eBusiness-Systeme in der Automobilwirtschaft

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.1.1	Titel der Lehrveranstaltung Betriebliche IuK-Systeme in der Automobilwirtschaft
------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Ziel der Veranstaltung ist es, das Potenzial von Informations- und Kommunikationssystemen zur Unterstützung innerbetrieblicher Prozesse und somit zur Steigerung der Effizienz im Unternehmen zu erkennen. Die Systeme, deren Funktionalität und Optimierungsansätze werden vorgestellt und diskutiert, in Kleingruppen werden praxisbezogene Fragestellungen und Fallstudien bearbeitet und präsentiert. Die Studierenden sind in der Lage, für bestimmte Abläufe Optimierungspotenziale durch IuK-Systeme aufzuzeigen. Die praktische Arbeit mit einem SAP ERP-System liefert eine wichtige Zusatzqualifikation für die berufliche Praxis.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- 3-Ebenen-Modell des Informationsmanagements
- World Wide Web (WWW)
- Büroinformations- und -kommunikations- (BiK-) Systeme
- Enterprise Resource Planning- (ERP-) Systeme (mit praktischen Bsp. am SAP ERP)
- Planungs- und Kontroll- (PuK-) Systeme
- Supplier Relationship Management- (SRM-), Supply Chain Management- (SCM-) und Customer Relationship Management- (CRM-) Systeme
- Groupware -, Dokumentenmanagement- und Workflowmanagement-Systeme
- IuK-Infrastrukturen

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien
- Learnteam-Coaching

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

siehe Lehr-/Lernformen

Literatur/Lehrmaterial

Frick, D., Gadatsch, A., Schäffer-Külz, U. G.: Grundkurs SAP ERP: Geschäftsprozess-orientierte Einführung mit durchgehendem Fallbeispiel, Wiesbaden (Vieweg), 2008

Hansen, H.R., Neumann G.: Wirtschaftsinformatik I, Grundlagen und Anwendungen, 10.

Auflage, Stuttgart (UTB), 2009
Mertens, P. u.a.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, 11. Auflage, Berlin (Springer), 2012
Stahlknecht, P., Hasenkamp, U.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, 11. Aufl., Berlin (Springer), 2005
Voß, S. , Gutenschwager, K.: Informationsmanagement, Berlin (Springer), 2001
Besonderes Einsatz eines SAP ERP 6.0 ECC – Systems und Fallstudien der SAP University Competence Center

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.1.2	Titel der Lehrveranstaltung eBusiness-Systeme in der Automobilwirtschaft
------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Ziel der Veranstaltung ist es, das Potential von eBusiness-Systemen zur Unterstützung zwischenbetrieblicher Prozesse und somit zur Steigerung der Effizienz und Effektivität in der Versorgungskette zu erkennen. Die Systeme, deren Funktionalität und Optimierungsansätze werden vorgestellt und diskutiert, in Kleingruppen werden praxisbezogene Fragestellungen bearbeitet und präsentiert. Die Studierenden können vor dem Hintergrund einer spezifischen Situation Verbesserungspotentiale durch eBusiness-Systeme aufzeigen und alternative Lösungen gegeneinander abwägen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Elektronische Unterstützung der innerbetrieblichen Prozesse
- Ziele und Abgrenzung des E-Business
- Formen des E-Procurement und E-Purchasing (eCatalogs, eRfx, eAuctions)
- Ausprägungen des E-Procurement und E-Purchasing (DPS, SRM, sell-side-, buy-side- und intermedierte Marktplätze)
- Supply Chain Management-Konzepte
- Elektronische Unterstützung des Supply Chain Managements
- Intraorganisatorische Voraussetzungen und Auswirkungen der elektronischen Beschaffung
- Interorganisatorische Auswirkungen des E-Business

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien
- Learnteam-Coaching

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

siehe Lehr-/Lernformen

Literatur/Lehrmaterial

Bogaschewsky, R.; Müller, H.: b2b-Marktplatzführer - Erfolgreich handeln auf Online-Märkten, Düsseldorf (Handelsblatt) 2002

Busch, A. u.a.: Marktspiegel Supply Chain Management Systeme, Wiesbaden (Gabler) 2003

Meier, A., Stormer, H.: eBusiness & eCommerce . Management der digitalen Wertschöpfungskette, Berlin (Springer) 2005

Melzer-Ridinger, R.: Materialwirtschaft und Einkauf, Band 1: Beschaffung und Supply Chain Management, München (Oldenbourg) 2004

Nenninger, M.; Lawrenz, O.: B2B-Erfolg durch eMarkets und eProcurement. Strategien und Konzepte, Systeme und Architekturen, Erfahrungen und Best Practice, 2. Aufl., Wiesbaden (Vieweg) 2002

Neuburger, R.: eBusiness-Entwicklung für kleine & mittelständische Unternehmen, Berlin (TEIA - Internet Akademie und Lehrbuch Verlag) 2005

Wannenwetsch, H.: Vernetztes Supply Chain Management. SCM-Integration über die gesamte Wertschöpfungskette, Berlin (Springer) 2005

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung::				
Präsenz 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Modulbeschreibung

Code III.3	Modulbezeichnung III.3 Automobiltechnik und Projektmanagement
----------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Die Studierenden verstehen, wie ein Kraftfahrzeug funktioniert und kennen den Aufbau sowie die Funktionsweise wichtiger Systeme im Kraftfahrzeug.

Im Einzelnen werden die nachfolgend aufgeführten Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen erworben. Die Studierenden können:

- die heutigen Kraftfahrzeuge in die historische Entwicklung einordnen,
- das Gesamtsystem „Kraftfahrzeug“ in die wesentlichen Teilsysteme zerlegen,
- die wesentlichen Systeme, Baugruppen und Komponenten in der Realität und in Medien identifizieren und benennen,
- die wesentlichen Systeme, Baugruppen und Komponenten bezüglich ihrer Funktion, ihres Aufbaus, ihrer Arbeitsweise und ihrer wichtigsten Merkmale verstehen und beschreiben,
- die Wirkungsweisen, wesentliche technische Daten und Anwendungsgebiete von unterschiedlichen Arten von Verbrennungsmotoren verstehen und erklären können,
- technische Trends und Anwendungsgebiete identifizieren, wiedergeben und einordnen,
- zukünftig relevante Antriebstechnologien beschreiben und bewerten.
- automobiltechnikbezogene Aufgabenstellungen in Einzelarbeit und/oder Gruppen strukturieren, lösen und dokumentieren,
- Stoffumfänge in geführten Gruppen selbständig erarbeiten und diskutieren,
- Literatur und sonstige Quellen zu Fragen der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfungskette eigenständig auffinden und zielorientiert auswerten.

Die Studierenden verstehen weiter die grundlegenden Aspekte des Projektmanagements.

Im Einzelnen werden die nachfolgend aufgeführten Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen erworben. Die Studierenden:

- lernen die projektspezifische Begriffswelt kennen,
- können Projektmanagement in das Gefüge eines Unternehmens einordnen,
- die vielfältigen Instrumente des Projektmanagements vorstellen, einordnen und für ausgewählte Fragestellungen einüben,
- können den systematischen Ablauf eines Projektes nachvollziehen,
- schaffen die Voraussetzungen für eine eigene Projektarbeit.

Inhalte

Das Modul beschäftigt sich in der Lehrveranstaltung „Grundlagen der Automobiltechnik“ mit der historischen Entwicklung von Kraftfahrzeugen und der Klassifizierung von Kraftfahrzeugen. Anschließend wird durch Theorie- und Praxisseminars auf den Aufbau und die Funktionsweise von Verbrennungsmotoren in ihren Ausprägungen als Otto-Viertakt-, Diesel-Viertakt-, Zweitakt- und Wankelmotor detailliert eingegangen. Durch Frontalunterricht unter Zuhilfenahme unterschiedlicher Lehrmedien und im Selbststudium in angeleiteten Gruppen werden die Grundlagen zu den unterschiedlichen wichtigen Modulen/Komponenten/Systemen im Fahrzeug erarbeitet und diskutiert.

Die Lehrveranstaltung fokussiert auf den Personenkraftwagen als wesentliche Klasse innerhalb der Kraftfahrzeuge, wobei an relevanten Stellen explizit auf die Sachverhalte im Nutzfahrzeugsbereich und in anderen Bereichen, in denen Verbrennungsmotoren eingesetzt werden, eingegangen wird.

Das Modul beschäftigt sich in der Lehrveranstaltung „Grundlagen des Projektmanagements“ zunächst mit Grundlagen zum Projektmanagement. Darauf aufbauend werden die einzelnen Phasen im Ablauf des Projektmanagements diskutiert und die Rolle des Menschen und der Organisation vertieft. Zur zielorientierten Steuerung von Projekten werden die Instrumente des Projektmanagements beschreiben und auszugsweise in ihrer Anwendung erprobt. Erfolgreiche Projekte zeichnen sich unter anderem durch ein striktes Projektcontrolling aus, dessen Ansätze in der Lehrveranstaltung ebenfalls erläutert werden. Abschließend wird auf einige Besonderheiten des Projektmanagements in der

Automobilindustrie eingegangen.

Lehr-/Lernformen

Vorlesung, gemeinsames Durchdenken von Fragen und Lösungen, Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen, vor- und nachbereitende Aufgaben, Selbststudium und Diskussion in der Gruppe von Skriptabschnitten, Hands-On und Praxisessions, Lehrfilme, Exkursionen
Vortrag, Diskussionen, Übungen (u.a. online), Lernteamcoaching, Fallanalysen, Planspiel, Rollenspiel, Gruppenarbeit, Referate durch Unternehmen im Bereich Projektmanagement, Projektarbeit

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none">• Keine formalen Voraussetzungen• Bereitschaft und Fähigkeit zum selbständigen Arbeiten nach eigener Planung
Vorbereitung für das Modul	Ggf. eigenständiges Literaturstudium, vgl. Literaturangaben

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Querverbindungen und Anknüpfungspunkte zum Modul „Projekt- und Personalmanagement“
Einsatz in anderen Studiengängen	Fallweise mit den zuständigen Studiendekanen zu klären

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Die Lehrveranstaltung „Grundlagen der Automobiltechnik“ behandelt unter anderem Themen wie die Entstehung von Emissionen, technische und fahrstilbezogene Maßnahmen zur Verbrauchs- und Emissionsreduzierung sowie alternativer Kraftstoffe und Antriebsformen.
Die Lehrveranstaltung „Projektmanagement“ verwendet unter anderem Beispiele aus dem Bereich Nachhaltige Entwicklung.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Reinhold Bopp		
Modulart Pflichtfach im Grundstudium	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 45 Stunden / ca. 35%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 45 Stunden / ca. 35%	Aufgaben/Gruppenarbeit 35 Stunden / ca. 30%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.3.1	Grundlagen der Automobiltechnik
III.3.2	Grundlagen des Projektmanagements

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.3.1	Titel der Lehrveranstaltung Grundlagen der Automobiltechnik
------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Vgl. Ausführungen zu den Qualifikationszielen des Moduls

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Entwicklung der Kraftfahrzeuge
- Einteilung der Kraftfahrzeuge
- Kraftfahrzeug als technisches System
- Aufbau und Wirkungsweise von Verbrennungsmotoren
- Kurbelgehäuse, Zylinder, Zylinderkopf und Kurbeltrieb
- Motorkühlung
- Motorschmierung
- Motorsteuerung
- Motoraufladung
- Gemischbildung
- Abgasanlage und Schadstoffminderung
- Zündanlage
- 2-Takt-Motor und Kreiskolbenmotor
- Antriebsstrang
- Fahrwerk
- Fahrzeugaufbau
- Alternative Antriebskonzepte

Über diese Themen hinaus erfolgt eine situative und aktuelle Entwicklungen berücksichtigende Anpassung der Inhalte der Lehrveranstaltung.

Lehr-/Lernformen

Vorlesung, gemeinsames Durchdenken von Fragen und Lösungen, Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen, vor- und nachbereitende Aufgaben, Selbststudium und Diskussion in der Gruppe von Skriptabschnitten, Hands-On und Praxisseminars, Lehrfilme, Exkursionen

Lehr-/Lernmethoden

Vgl. Lehr-/Lernformen, Frontalunterricht, fragende Entwicklung der Einzelinhalte, situativer Methodeneinsatz

Literatur/Lehrmaterial

- Braess, H.-H., Seiffert, U.: Vieweg Handbuch Kraftfahrzeugtechnik. 5. Auflage, Wiesbaden (Vieweg) 2007.
- Haken, K.-L.: Grundlagen der Kraftfahrzeugtechnik. 1. Auflage, München (Hanser) 2008.
- Gerigk, P.: Kraftfahrzeugtechnik. 6. Auflage, Braunschweig (Westermann) 2005.
- Gscheidle, R. u.a.: Fachkunde Kraftfahrzeugtechnik. 29. Auflage, Haan-Gruiten (Europa-Lehrmittel) 2009.
- Puls, T.: Alternative Antriebe und Kraftstoffe. Analysen – Forschungsberichte aus dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln Nr. 15, Köln (Deutscher Instituts-Verlag)

2006.
Stan, C.: Alternative Antriebe für Automobile. 2. Auflage, Berlin, Heidelberg (Springer) 2008.
Besonderes <ul style="list-style-type: none"> • Gastreferenten im „Forum Automobilwirtschaft“ mit ausgewählten, praxisrelevanten Themen aus der Automobilwirtschaft • Hands-On Sessions unter Verwendung von realen Motor- und Kraftfahrzeugkomponenten • Verknüpfung von Theorie und Praxis durch Praxisessions an Fahrzeugen • Exkursion

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz Ca. 35%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium Ca. 35%		Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 30%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.3.2	Titel der Lehrveranstaltung Grundlagen des Projektmanagements
------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele Vgl. Ausführungen zu den Qualifikationszielen des Moduls			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einführung und Grundlagen • Phasen des Projektmanagements • Mensch und Organisation • Instrumente des Projektmanagements • Projektcontrolling • Projektmanagement in der Automobilindustrie 			
Lehr-/Lernformen Vortrag, Diskussionen, Übungen (u.a. online), Lernteamcoaching, Fallanalysen, Planspiel, Rollenspiel, Gruppenarbeit, Referate durch Unternehmen im Bereich Projektmanagement, Projektarbeit			
Lehr-/Lernmethoden Vgl. Lehr-/Lernformen, Frontalunterricht, Übungen			
Literatur/Lehrmaterial Boy, Jacques, Dudek, Christian, Kuschel, Sabine, Projektmanagement, 11. Auflage, Offenbach 2003 Hab, Gerhard, Wagner, Reinhard, Projektmanagement in der Automobilindustrie, 2. Auflage, Wiesbaden 2006 Hemmrich, Angela, Harrant, Horst, Projektmanagement, München 2004 Kessler, Heinrich, Winkelhuber, Georg A., Projektmanagement, 4. Auflage, Berlin 2008 Lehner, Johannes M. (Hrsg.), Praxisorientiertes Projektmanagement, Wiesbaden 2001 Madauss Bernd J., Handbuch Projektmanagement, 7. Auflage, Stuttgart 2009 Neumann, Reiner, Bredemeier, Karsten, Projektmanagement von A – Z, Frankfurt, New York 1996 Portny, Stanley E., Projektmanagement für Dummies, 2. Auflage, Weinheim 2007 Sutorius, René, Projektmanagement Checkbook, München 2009 Süß, Gerda, Modernes Projektmanagement, Kissing 2008 Tumuscheit, Klaus D., Überleben im Projekt, München 2007 Wanner, Roland, Projekt Risiko-Management, Norderstedt 2007 Wanner, Roland, Earned Value Management, 2. Auflage, Norderstedt 2007 Wischniewski, Erik, Modernes Projektmanagement, Wiesbaden 2001			
Besonderes <ul style="list-style-type: none"> • Gastreferenten im „Forum Automobilwirtschaft“ mit ausgewählten, praxisrelevanten Themen aus der Automobilwirtschaft • Lernspiel „Automobilproduktion“ 			

- Exkursionen
- Praxisbesuche
- Gastreferenten/innen
- Kennenlernen einer Projektmanagement Software

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz Ca. 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium Ca. 30%		Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 30%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
III.4	III.4 Mikroökonomie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Die Studierenden sollen ein grundlegendes Verständnis einzelwirtschaftlicher Entscheidungsprozesse erhalten. Dabei sollen sie vor allem die Funktionsweise, Vorteile und Grenzen des für eine Marktwirtschaft zentralen Markt- bzw. Preismechanismus verstehen. In methodischer Hinsicht sollen die Studierenden lernen, ökonomische Fragestellungen und Probleme formal zu analysieren. Besonderer Wert wird dabei auf das ökonomische Grundverständnis und die Anwendung ökonomischer Methoden in der Praxis gelegt.
Inhalte Das Modul bildet die Basis der volkswirtschaftlichen Ausbildung im Studiengang. Neben volkswirtschaftlichen Grundlagen behandelt das Modul inhaltlich vor allem das Themengebiet der Mikroökonomie. In diesem Teilgebiet der Volkswirtschaftslehre steht, ausgehend vom Entscheidungsverhalten einzelner Wirtschaftssubjekte, die Analyse von Märkten im Vordergrund.
5

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formale Voraussetzungen einer Teilnahme existieren nicht. Schulmathematische Kenntnisse, insbesondere auf dem Gebiet der Analysis, werden vorausgesetzt.
Vorbereitung für das Modul	Siehe Literaturhinweise

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Nachfolgendes Modul: IV.4 Makroökonomie und Wirtschaftspolitik. Das Modul weist auch Querverbindungen zu Modulen auf, die das Verständnis von einzelwirtschaftlichen Entscheidungsprozessen voraussetzen.
Einsatz in anderen Studiengängen	Die Möglichkeit zur Anrechnung dieses Moduls in anderen Studiengängen ist bei Vorliegen der Voraussetzungen gegeben.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Aus dem universellen Phänomen der Güterknappheit folgt die Notwendigkeit eines bewussten und effizienten Umgangs mit Ressourcen. Dieser ökonomische Grundzusammenhang wird den Studierenden anhand von zahlreichen Beispielen verdeutlicht.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60)	100%

Modulverantwortliche/r

Prof. Dr. Markus Mändle

Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30%	Aufgaben/Gruppenarbeit 30%

Organisation

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.4.1	Mikroökonomie I
III.4.2	Mikroökonomie II

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.4.1/ III.4.2	Titel der Lehrveranstaltung III.4 Mikroökonomie I / II
---------------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Die Studierenden erweitern ihre

- Kenntnisse und Fertigkeiten im Fach
Die Studierenden gewinnen einen Überblick über mikroökonomische Grundzusammenhänge und sind in der Lage, diese auf Fragestellungen in Theorie und Praxis anzuwenden.
- Kenntnisse in Bezug auf Systeme
Die Studierenden können den Allokationsmechanismus des Marktes in das Gesamtsystem einer Volkswirtschaft einordnen.
- Kenntnisse und Fertigkeiten der Selbstorganisation
Die Studierenden befassen sich selbständig mit der einschlägigen Literatur und sind in der Lage, diese in Verbindung mit den Vorlesungsinhalten zu bringen.
- Kenntnisse und Fertigkeiten im Umgang mit Anderen
- Die Studierenden erarbeiten und diskutieren gemeinsam die Übungsaufgaben zur Veranstaltung.
- Wissen

	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Die Veranstaltung umfasst fünf Themenbereiche. Nach der Darstellung volkswirtschaftlicher Grundlagen und Grundbegriffe wird zunächst in die Analyse von Angebot und Nachfrage eingeführt. Anschließend werden die Besonderheiten von Angebot und Nachfrage genauer betrachtet. Dadurch wird es möglich, die Funktionsweise des Marktes sowie die Besonderheiten der verschiedenen Marktformen zu verstehen.

Disposition:

- Grundlagen
- Einführung in die Analyse von Angebot und Nachfrage
- Theorie der Nachfrage

Grenznutzenanalyse

Indifferenzkurvenanalyse

- Theorie des Angebots
 - Produktionsanalyse
 - Kostenanalyse
 - Gewinnanalyse
- Theorie des Marktgleichgewichts
 - Marktmorphologie
 - Marktgleichgewicht im Polypol
 - Marktgleichgewicht im Monopol
 - Marktgleichgewicht im Oligopol
 - Kritik und Erweiterungen

Lehr-/Lernformen

Vorlesung mit Tutorium

Lehr-/Lernmethoden

Die Vorlesung dient zur Präsentation und Erläuterung der Lehrinhalte. Eine Vertiefung und Einübung der Methoden findet in den wöchentlichen Tutorien statt. Dort werden vor allem die Übungsaufgaben besprochen. Es wird angeregt, dass die Studierenden zur Erarbeitung der Übungsaufgaben selbständig Lerngruppen bilden.

Literatur/Lehrmaterial (jeweils in der aktuellen Auflage)

Beck, H.: Volkswirtschaftslehre, Mikro- und Makroökonomie, München.

Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, München.

Herdzina, K. und S. Seiter: Einführung in die Mikroökonomik, München.

Mankiw, N.G. und M.P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart.

Pindyck, R.S. und D.L. Rubinfeld: Mikroökonomie, München.

Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München/Wien.

Woll, A.: Volkswirtschaftslehre, München.

Besonderes Tutorium (wöchentlich), Online-Übungsaufgaben

Organisation

ECTS-Punkte 5	SWS 4	Gruppeneinteilung V: Nein T: Ja	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch
Workload: 5 x 25 = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30%		Aufgaben/Gruppenarbeit 30%	

Modulbeschreibung

Code III.5	Modulbezeichnung III.5 Internes Rechnungswesen und Unternehmensrechnung
----------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Methoden des internen Rechnungswesens gehören zum unverzichtbaren Werkzeug für Managementaufgaben in Unternehmen. Das Modul befasst sich mit den grundlegenden Methoden des internen Rechnungswesens, die in der ökonomischen Praxis von besonderer Bedeutung sind. Mit ihrer Hilfe können Fertigungsverfahren sowie Beschaffungs- und Absatzmethoden geplant werden, die anfallenden Kosten erfasst, auf die verantwortlichen Kostenstellen verteilt und den erstellten Leistungen zugerechnet werden. Sie ermöglichen die Kalkulation von Angebotspreisen und Preisuntergrenzen für Absatzgüter, Preisobergrenzen für Beschaffungsgüter sowie Verrechnungspreise für innerbetriebliche Leistungen. Und schließlich liefern sie die Grundlagen für die Kontrolle der Wirtschaftlichkeit in einzelnen Unternehmensbereichen sowie für die Planung und Kontrolle des wirtschaftlichen Erfolgs im Unternehmen.</p> <p>Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, unternehmerische Entscheidungen mit entscheidungsrelevanten Informationen zu unterstützen. Sie können entsprechende Problemstellungen mit den jeweils dafür geeigneten Methoden beschreiben, analysieren, lösen und die Ergebnisse interpretieren. Es wird großer Wert auf die Anwendung der Methoden gelegt. Daher werden die praktischen Fertigkeiten anhand konkreter betrieblicher Probleme erarbeitet.</p>	
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vollkostenrechnung, • Deckungsbeitragsrechnung, • Flexible Plankostenrechnung, • Neuere Ansätze der Kostenrechnung, Prozesskostenrechnung, • Kennzahlen des Rechnungswesens, • Statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung. 	
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Seminaristischer Unterricht mit Übungsaufgaben</p>	

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Hinblick auf Mathematik, Operations Research und das externe Rechnungswesen werden vorausgesetzt.
Vorbereitung für das Modul	Vgl. die Literaturangaben im Manuskript zu den Lehrveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Das Modul ist der LV IV.3.2 „Grundlagen des Controlling“ vorgelagert und baut auf den Grundkenntnissen der Modulelemente I.3.1, II.4.1, II.4.2, und II.5.1 auf.
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte keine

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
Klausur (60 min)	100 %

Organisation

Modulverantwortliche/r Frau Prof. Dr. Isabel Acker		
Modulart Pflichtfach	Turnus jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 25 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.5.1	Internes Rechnungswesen I
III.5.2	Internes Rechnungswesen II und Unternehmensrechnung

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.5.1	Titel der Lehrveranstaltung Internes Rechnungswesen I
------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden lernen die Methoden des internen Rechnungswesens kennen und können die theoretischen Grundlagen auf neue und veränderte praktische Fragestellungen anwenden. Sie können die Entscheidungsträger in den Unternehmen mit entscheidungsrelevanten Informationen aus dem internen Rechnungswesen versorgen, so dass betriebswirtschaftlich sinnvolle Entscheidungen getroffen werden können. Anhand von Aufgaben üben die Studierenden die theoretischen Grundlagen (alleine oder in der Gruppe).

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Grundlagen des internen Rechnungswesens
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung
- Kritik der Vollkostenrechnung und Grundlagen der Teilkostenrechnung

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Interaktive Vorlesung mit Beispielen
Vorlesungsbegleitende Tutorien mit Übungsaufgaben

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode und Übungen (z.T. Gruppenarbeit)
Vorlesungsbegleitende Tutorien mit Übungsaufgaben zur Vertiefung und praktischen Anwendung des Stoffs

Literatur/Lehrmaterial

(Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.)

Vorlesungsskript mit Beispielen, Aufgaben und Musterlösungen

Barth, D. und Barth, Th.: Kosten- und Erfolgsrechnung für Industrie und Handel,
Kohlhammer.

Däumler, K.-D. und Grabe, J.: Kostenrechnung 1, Grundlagen, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe.

Ebert, G.: Kosten- und Leistungsrechnung, Springer Gabler.

Heinhold, M.:	Kosten- und Erfolgsrechnung in Fallbeispielen, Lucius&Lucius.
Olfert, K. und H.-J. Rahn:	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Kiehl Verlag.
Wöhe, G. und Döring, U.:	Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Franz Vahlen.
Besonderes	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsbegleitende Tutorien zur Wiederholung und Vertiefung des Vorlesungsstoffs anhand konkreter Aufgaben • Alle TutorInnen werden im Rahmen der hochschulinternen Didaktik-Schulung ausgebildet. 	

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 3.	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 25 %	

Code III.5.2	Titel der Lehrveranstaltung Internes Rechnungswesen II und Unternehmensrechnung
------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden lernen die Methoden des internen Rechnungswesens und der Investitionsrechnung kennen und können die theoretischen Grundlagen auf neue und veränderte praktische Fragestellungen anwenden. Sie können die Entscheidungsträger in den Unternehmen mit entscheidungsrelevanten Informationen aus dem internen Rechnungswesen versorgen, so dass betriebswirtschaftlich sinnvolle Entscheidungen getroffen werden können. Anhand von Aufgaben üben die Studierenden die theoretischen Grundlagen (alleine oder in der Gruppe).

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Deckungsbeitragsrechnung
- Flexible Plankostenrechnung
- Neuere Ansätze der Kostenrechnung, Prozesskostenrechnung
- Kennzahlen des Rechnungswesens
- Statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Interaktive Vorlesung mit Beispielen
Vorlesungsbegleitende Tutorien mit Übungsaufgaben

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode und Übungen (z.T. Gruppenarbeit)
Vorlesungsbegleitende Tutorien mit Übungsaufgaben zur Vertiefung und praktischen Anwendung des Stoffs

Literatur/Lehrmaterial

(Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.)

Vorlesungsskript mit Beispielen, Aufgaben und Musterlösungen

Barth, D. und Barth, Th.: Kosten- und Erfolgsrechnung für Industrie und Handel, Kohlhammer.

Däumler, K.-D. und Grabe, J.: Kostenrechnung 2, Deckungsbeitragsrechnung, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe.

Däumler, K.-D. und Grabe, J.: Kostenrechnung 3, Plankostenrechnung und Kostenmanagement,

	Verlag Neue Wirtschafts-Briefe.
Olfert, K.:	Finanzierung, Kiehl Verlag.
Olfert, K. und H.-J. Rahn:	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Kiehl Verlag.
Wöhe, G. und Döring, U.:	Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Franz Vahlen.
Besonderes	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsbegleitende Tutorien zur Wiederholung und Vertiefung des Vorlesungsstoffs anhand konkreter Aufgaben • Alle TutorInnen werden im Rahmen der hochschulinternen Didaktik-Schulung ausgebildet. 	

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 3.	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 25 %	

Modulbeschreibung

Code III.6	Modulbezeichnung III.6 Business English III & Business Computing III
----------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Internationalisierung und Globalisierung in der Wirtschaft erfordert Studienabsolventen, die über eine gewisse Sensibilität im Umgang mit anderen Kulturen verfügen. Ziele der Lehrveranstaltungen sind daher:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Studierende können sich in Englisch (auf einem mittleren Niveau) im Geschäftsleben unterhalten und ohne größeren Vorbereitung im Ausland tätig sein ▪ Studierende können einer Präsentation auf Englisch über ein vertrautes Thema folgen, eine Präsentation geben oder ein Gespräch über ein relativ breites Spektrum an Themen in Gang halten sowie Briefe, Berichte und Emails schreiben <p>Sicherer Umgang mit der Software für das Studium und das Berufsleben.</p>
<p>Inhalte</p> <p>Für die Lehrveranstaltung gilt: Gemäß Lehrbuch, Units 9, 11 und 12: relevante und interessante wirtschaftswissenschaftlichen Themen, die essentielle <i>Business Skills</i> für Studierende vermitteln.</p> <p>Die fachspezifischen und methodischen Komponenten aus MS Office sollen behandelt werden.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Vorlesung auf Deutsch oder Englisch (lecture) ⇒ Übungen (Lese-, Hörverständnis, Sprechen, Grammatik) (exercises) ⇒ Rollenspiele (role plays) ⇒ Gruppenarbeiten (teamwork)

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Kenntnisse des Moduls I.6 und II.6
Vorbereitung für das Modul	Kenntnisse des Moduls I.6 und II.6

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Querverbindungen und Anknüpfungspunkte zu den Modulen I.6 und II.6 Business English und Business Computing IV 6.2 Intercultural Management, EM 1 – 5 des Internationalen Managements, Grund-/Hauptseminar, V Praxissemester und VII Bachelorarbeit
Einsatz in anderen Studiengängen	Für alle anderen Studiengänge möglich

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
 Globale nachhaltige Entwicklung in der Produktion
 Ressourcenschonender Umgang mit EDV und Software (z.B. drucken)

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K 90/S	60%/40%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Gunda Neubauer		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 x 25 = 125 Std. mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 40 % (50 h)	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 45 % (56,25 h)	Aufgaben/Gruppenarbeit 15 % (18,75 h)

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code III.6.1	Business English III
III.6.2	Business Computing III

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.6.1	Titel der Lehrveranstaltung Business English III
------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte Relevante und interessante wirtschaftswissenschaftlichen Themen, die essentielle <i>Business Skills</i> für Studierende vermitteln. Einzigartige <i>Diversity</i> - und <i>Ethics</i> -Aufgaben sensibilisieren für interkulturelle Themen und Konflikte in der Geschäftswelt. Der <i>Company Case</i> in jeder Unit regt strategisches Denken an und trainiert gleichzeitig das in der Unit erarbeitete Vokabular.			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übungen			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Begleitendes Selbststudium; Fallstudien; Rollenspiele; Brainstorming; Diskussionen; Übungen; Gruppenarbeit; Referat			
Literatur/Lehrmaterial Butzphal, Gerlinde und Maier-Fairclough, Jane: Career Express Business English B2 - Coursebook, Berlin (Cornelsen Verlag) 2010			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung ja	Empfohlenes Fachsemester 3. Semester	Sprache Englisch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Std. mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 40% (25 Stunden)		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 50% (31,25 Stunden)		Aufgaben/Gruppenarbeit 10% (6,25 Stunden)

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.6.2	Titel der Lehrveranstaltung Business Computing III
-----------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Sicherer Umgang mit der in der BW wichtigsten Software Excel. Außerdem soll das grundlegende Verständnis für eine Datenbank (Access) vermittelt werden um es als Basis für Entscheidungen nutzen zu können..

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Excel optimal nutzen für die Betriebswirtschaft

- Grundlegende Tabellenbearbeitung, grundlegende Zellformatierung, Tabellenstruktur bearbeiten
- Mit Formeln arbeiten
- Mit Funktionen arbeiten und weitere Funktionen verwenden
- Ausfüllen, Kopieren und Verschieben, Arbeitsmappen effektiv nutzen
- Mit Excel drucken
- Mit Diagrammen arbeiten
- Große Tabellen bearbeiten, Tabellen gliedern, Pivot-Tabellen erstellen und anpassen
- Mit Excel-Datenbanken arbeiten, Daten kombinieren und konsolidieren
- Listen und Filter verwenden
- Trendanalysen, Datentabellen und Zielwertsuche
- Mit dem Solver arbeiten, Szenarien erstellen, mit Matrizen arbeiten
- Kommunikation mit Office-Anwendungen

Access als Datenbank verstehen und nutzen

- Grundlagen einer Datenbank, Einsatz in der Praxis
- Tabellen, Filter, Abfragen, Formulare und Berichte erstellen, Tabellen verbinden
- Erweiterte Abfragetechnik für die Selektion und Bearbeitung von Daten

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Übung

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Übungen und Projektarbeit

Literatur/Lehrmaterial

Hochschuleigene Skripte

Besonderes

keine

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung ja	Empfohlenes Fachsemester 2. Semester	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Std. mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 40% (25 Stunden)	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40% (25 Stunden)		Aufgaben/Gruppenarbeit 20 % (12,5 Stunden)	

Modulbeschreibung

Code IV.1.	Modulbezeichnung IV.1 Strategisches Management
----------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden kennen die Ziele, Strategien und Instrumente des Strategischen Managements. Sie können entsprechende Problemstellungen mit den jeweils dafür geeigneten Methoden beschreiben, analysieren, lösen und die Ergebnisse interpretieren.

Inhalte

Strategiekonzepte und Implikationen in der Automobilindustrie

Ziel des Seminars ist es, Managementstudenten mit den wichtigsten Konzepten, Modellen und Techniken der Strategieanalyse und -entwicklung vertraut zu machen. Strategisches Management ist darauf ausgerichtet, die Herausforderungen und das Umfeld des Unternehmens zu verstehen. Dazu gehört auch das Wettbewerbsumfeld einer Branche. Die wesentliche Aufgabe der Strategie ist die Identifikation und Bewertung von Optionen, die zu höherer Business Performance führen und sorgfältig strukturierte Wege zu definieren und umzusetzen, die diese Optionen nutzen.

Ein wichtiger Aspekt des Seminars ist die Branchenanalyse und das entsprechende Framework von M. Porter. Wir decken die Themen externes und internes Umfeld und Wettbewerb ab, untersuchen die Positionierung gegenüber dem Wettbewerb basierend auf Kostenführerschaft gegenüber der Differenzierung und diskutieren die Aspekte Entwicklung/ Ausblick der Branche und Innovation. Wir beschäftigen uns mit Business Strategien in technologischen Branchen im Gegensatz zu reifen Industrien. Die Diskussion über Organisationsmodelle und Firmenkultur rundet den Theorieteil ab. Die Diskussion über aktuelle Berichte aus Businesszeitschriften stärkt das Verständnis der Studenten darüber, wie strategisches Management in allen Aspekten der Geschäftstätigkeit über alle Branchen hinweg eingesetzt wird.

Ein Teil des Seminars behandelt Themen aus der Automobilindustrie und gibt den Studenten ein besseres Verständnis der zukünftigen Entwicklung dieser Branche. Dazu gehört auch ein Semesterprojekt. In Fallstudien und Diskussionen werden Themen wie das Elektroauto, Mergers und Joint Ventures in der Automobilbranche und Wachstumsmärkte wie China und Indien erschlossen.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Die Inhalte werden zumeist in klassischem Frontalunterricht sowie interaktiven Vorlesungen vermittelt. Darüber hinaus besteht das Seminar aus Vorträgen und Diskussionen mit den Studenten. Das Seminar beinhaltet eine Reihe von Hausaufgaben. Dazu gehören das Lesen von Zeitungsberichten, Fallstudien und eine Gruppensemesterarbeit über ein Thema aus der Automobilbranche. Verschiedene Lerninhalte sind im Eigenstudium zu erarbeiten.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Betriebswirtschaftlichen
--	--

	Grundlagen werden vorausgesetzt.
Vorbereitung für das Modul	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Es bestehen Querverbindungen zu quasi allen betriebswirtschaftlichen Grundlagenfächern. Kenntnisse in den Bereichen Marketing, Rechnungswesen, Unternehmensführung, Statistik sind von Vorteil
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Neben rein ökonomischen Betrachtungen wird auch ein Schwerpunkt auf umweltrelevante und gesellschaftspolitische Aspekte gelegt.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
Klausur (60 min), Hausarbeit, Referat	50%/35%/15%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Wolfram Sopha		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 x 25 = 125 mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 60%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20%	Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code	Titel der Lehrveranstaltung
IV.1.1.	Strategisches Management in der Automobilwirtschaft I
Code	Titel der Lehrveranstaltung
IV.1.2.	Strategisches Management in der Automobilwirtschaft II

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.1.1.	Titel der Lehrveranstaltung Strategisches Management Fundamentals
------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.			
	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) klassischer Frontalunterricht / interaktive Vorlesungen / Vorträge / Diskussionen / Hausaufgaben / Lesen von Zeitungsberichten / Fallstudien / Gruppensemesterarbeit / Eigenstudium			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Übungen, Lernteamcoaching, Fallanalysen, Planspiel, Rollenspiel, Gruppenarbeit, Referate, Projektarbeit			
Literatur/Lehrmaterial Contemporary Strategy Analysis by Robert. M. Grant, Kapitel 1-5			
Besonderes z. B. Tutorien, online-Anteil, Praxisbesuche, Gastreferenten/innen etc.			

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Ja	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Englisch
Workload: ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 60%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20%		Aufgaben/Gruppenarbeit 20%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.1.2.	Titel der Lehrveranstaltung Concepts of Strategy
-----------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) klassischer Frontalunterricht / interaktive Vorlesungen / Vorträge / Diskussionen / Hausaufgaben / Lesen von Zeitungsberichten / Fallstudien / Gruppensemesterarbeit / Eigenstudium			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Übungen, Lernteamcoaching, Fallanalysen, Planspiel, Rollenspiel, Gruppenarbeit, Referate, Projektarbeit			
Literatur/Lehrmaterial Contemporary Strategy Analysis by Robert. M. Grant, Kapitel 6-13			
Besonderes z. B. Tutorien, online-Anteil, Praxisbesuche, Gastreferenten/innen etc.			

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Ja	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Englisch
Workload: ECTS-Punkte 5 x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 60%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20%		Aufgaben/Gruppenarbeit 20%	

Modulbeschreibung

Code IV.2	Modulbezeichnung: IV.2 Wettbewerbs- und Wirtschaftsrecht in der Automobilwirtschaft
---------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Siehe Beschreibungen der Modulelemente	
Inhalte Siehe Beschreibungen der Modulelemente	
Lehr-/Lernformen Der Vorlesungsinhalt wird interaktiv unter Einbezug unterschiedlicher Medien erarbeitet. Durch Gruppenarbeiten der Studierenden werden besondere Inhalte (Rechtsformen) aus Gesetzestexten erschlossen, präsentiert und diskutiert. Außerdem werden Sachverhalte mit zahlreichen Beispielen, auch aus der beruflichen Erfahrung des Dozenten, erläutert und veranschaulicht, um den Studierenden eine Anwendungsorientierung im unternehmerischen Alltag zu geben.	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Keine formalen Voraussetzungen Bereitschaft und Fähigkeit zum selbständigen Arbeiten
Vorbereitung für das Modul	Ggf. eigenständiges Literaturstudium, vgl. Literaturangaben

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Es gibt Querverbindungen zu anderen Studienmodulen wie dem Rechnungswesen und dem Recht.
Einsatz in anderen Studiengängen	Das Modul ist als Vertiefung für die Studierenden der betriebswirtschaftlichen Bachelor- und Masterstudiengänge in Automobilwirtschaft am Standort Geislingengeeignet.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Bei den Rechtsformen wird auch das europäische Recht (z.B. bei der europäischen wirtschaftlichen Interessenvereinigung) angesprochen. Und es wird deutlich gemacht, dass der Gesetzgeber vielfältig Regelungen vorsieht, um Unternehmen dauerhaft erfolgreich zu machen, damit Arbeitsplätze sowie Steuerzahlungen und Sozialabgaben zu ermöglichen und so nachhaltig zum Wohlstand der Bevölkerung beizutragen.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Wolfram Sopha		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 50%	Vor/Nachbereitung/Selbststudium 25%	Aufgaben/Gruppenarbeit 25%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.2.1	Rechtsgrundlagen des Automobilvertriebs (RA Uwe Brossette)
IV.2.2	Rechtsformen und Unternehmensfinanzierung (Honorarprofessor Dr. Bernhard Kopf)

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

IV.2.1	Rechtsgrundlagen des Automobilvertriebs
--------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

- Grundkenntnisse des kfz-spezifischen Vertriebskartellrechts
- Grundkenntnisse des Handelsvertreter- und Vertragshändlerrechts

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Der Automobilvertrieb unterscheidet sich signifikant vom Vertrieb anderer Waren. Neben zivil-, handels- und kartellrechtlichen Besonderheiten bilden auch ausschließlich für den Automobilvertrieb und -kundendienst geltende Normen dessen rechtliche Rahmenbedingungen.

Das Modul zielt darauf, zivil- und handelsrechtliche Grundlagen der Vertragsgestaltung zu vermitteln und darauf aufbauend Sensibilitäten und Problembewusstsein für die wettbewerbsrechtliche Seite des Automobilvertriebs zu schaffen. Von zentraler Bedeutung sind dabei die für Vertriebs- und Serviceverträge relevanten so genannten "Gruppenfreistellungsverordnungen". Die prominentesten Fallgruppen werden anhand von Beispielen aus der Praxis erörtert und geben den Studenten die Fähigkeit, komplexe Automobilvertriebssysteme mit Hilfe der erlernten Methoden zu erfassen und zu analysieren.

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung

Lehr-/Lernmethoden

Fallstudien, Freiarbeit, Leittexte, Brainstorming, Clustering, Concept Learning, Diskussionen

Literatur/Lehrmaterial

- Broschüre, U.: Manuskript zur Lehrveranstaltung
- Gesetzesmaterialien
- Musterverträge

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 2,5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 85%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15%		Aufgaben/Gruppenarbeit 0%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

IV.2.2	Rechtsformen und Unternehmensfinanzierung
--------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden kennen die Rechtsquellen (HGB, BGB, AktG, GmbHG) zu den Rechtsformen und die Hauptunterschiede zwischen Personen- und Kapitalgesellschaften und können diese anwenden.

Die Studierenden kennen_

- Die Grundlagen des deutschen Handelsrechtes im Zusammenhang mit Personen- und Kapitalgesellschaften, die
 - Besonderheiten und Unterschiede der wichtigsten Rechtsformen, die damit verbundene Haftung, Geschäftsführung
 - und –vertretung, Mindestvorschriften der Eigenkapitalaufbringung bei Kapitalgesellschaften und die Chancen und
 - Risiken der Personen- und Kapitalgesellschaften,
- die Hauptfinanzierungsmöglichkeiten (mittels Fremdkapital, Eigenkapital, Selbstfinanzierung und Sonderformen durch Freisetzung von gebundenem Kapital),
- deren organisatorische Implementierung in ertragswirtschaftlich organisierten Unternehmen und sie können entsprechende Problemstellungen der Finanzierung je nach Rechtsformen mit den jeweils dafür geeigneten Methoden beschreiben, analysieren, lösen und die Ergebnisse interpretieren,
- die Grundprinzipien der Fremdfinanzierung, die von den Gläubigern angewendet werden (Grundsatz, dass die vertraglich vereinbarten Zins- und Tilgungszahlungen aus der Ertragskraft des Unternehmens dauerhaft bezahlt werden können, kennen die Bedeutung der Kreditwürdigkeit, Kreditfähigkeit, dingliche Kreditsicherheiten und dazu gehörige Funktionen des Grundbuchs und des Katasteramtes, die Personensicherheiten, die zeitliche Einteilung von Darlehen in kurz-, mittel- und langfristige Darlehen sowie die Sonderformen der Fremdfinanzierung wie Leasing und Factoring),
- die Bedeutung der Eigen- bzw. Beteiligungsfinanzierung, da das Eigenkapital einer Unternehmung als Haftungssubstanz benötigt wird und das dauerhafte Überleben der Unternehmung sicherstellen muss. Dazu kennen Sie die Vorschriften der Insolvenzordnung. Sie lernen dabei insbesondere das Aktienrecht kennen (was ist eine Aktie, was sind Stamm-, Namens- oder Vorzugsaktien, wie setzt sich das Grundkapital der AG zusammen, welche Mindestkapitalausstattung sieht das AktG vor, welche Gremien gibt es in der AG und welche Funktionen werden ihnen zugewiesen, wie funktioniert die Börse?),
- die Selbstfinanzierung aus steuerlicher Gestaltungsmöglichkeit sowie aus einbehaltenen Gewinnen und
- die Sonderformen der Finanzierung durch Freisetzung von in unrentierlichen Unternehmensbereichen gebundenem
 - Kapital, das nach der Liquidierung dieser Unternehmensbereiche in rentierliche Bereiche investiert werden kann.

Im Einzelnen werden folgende Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen erworben:

- Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:
Die Studierenden gewinnen einen fundierten Überblick über die Rechtsformen samt Gesetzesvorgaben und über die wichtigsten Finanzierungsquellen und ihre Voraussetzungen und Bedingungen, mit

denen Unternehmen ihre Investitionen darstellen können. Wichtige Details dazu werden verständlich gemacht und eingeübt und können angewendet werden. Auch die Wertung der Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken der jeweiligen Themenbereiche kann vorgenommen werden. Und sie lernen, diese Sachverhalte auf bestimmte Branchen zu übertragen und anzuwenden.

- **Fertigkeiten bezogen auf Systeme:**

Die Studierenden können das Thema Finanzierung in Abhängigkeit von Personen- oder Kapitalgesellschaften einordnen und in den Kontext der globalen Finanzwelt stellen. Sie verstehen die Hauptfinanzierungsarten und ihre gegenseitige Abhängigkeit bzw. Einflussnahme wie die sinnvolle und erforderliche Relation von Eigen- und Fremdkapital.

- **Fertigkeit der Selbstorganisation:**

Die Studenten befassen sich selbständig in Gruppenarbeit mit den einschlägigen Gesetzesquellen zu den Rechtsformen und erarbeiten ebenfalls in Gruppen Lösungen zu Übungsbeispielen sowie Interpretationen zu den Rahmenbedingungen und ihren Folgen für den unternehmerischen Alltag. Die Ergebnisse werden von ihnen vor dem Plenum vorgetragen und diskutiert.

- **Fertigkeiten im Umgang mit Anderen:**

Die Vorlesung bindet die Studenten im Dialog stark mit ein. Sie fördert die Teambildung und das betriebswirtschaftliche Denken sowie die Rhetorik der Teilnehmer bei der Artikulierung ihrer Beiträge und bei den gemeinsamen Diskussionen. Und sie regt an zu eigenständigem Denken und Interpretieren von typischen Unternehmensszenarien im Themenzusammenhang.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	Geringe Vorkenntnisse	Aufnahme der Lehrinhalte und praxisgerechte Umsetzung	Betriebswirtschaftl. Verständnis entwickeln können.
System			
Selbst		Anhand der Vorlesung und des Manuskriptes den Lehrinhalt aufnehmen	
Sozial			Gruppenarbeiten

Inhalte

Das Modul beschäftigt sich mit den betriebswirtschaftlichen Grundlagen der Finanzierung, die stark in Abhängigkeit von der gewählten Rechtsform des Unternehmens stehen. Es vermittelt insbesondere Verständnis und Wissen zu den globalen Zusammenhängen der Finanzierung (der Geld- und Kapitalmärkte sowie der weltweit vernetzten Börsen) und zeigt die unterschiedlichen Möglichkeiten und Spielregeln, sich als Unternehmen Kapital zu beschaffen bzw. aus eigener Kraft zu erarbeiten, um Investitionen finanzieren zu können. Dazu werden Beispiele aus der unternehmerischen Praxis vermittelt und diskutiert und Sonderformen behandelt.

- **Personengesellschaften**
- **Kapitalgesellschaften**
- **4 Hauptfinanzierungsarten samt Detailinformationen**

Und die Studierenden erarbeiten wichtige Inhalte in Gruppenarbeiten und können diese Kenntnisse

in Präsentationen vor-
tragen und anwenden.

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung zur Theorie und Praxis der Themeninhalte
- Gruppendiskussionen
- Übungen mit Praxisbeispielen
- Teamarbeit mit Präsentationen
- Medienwechsel
- Selbststudium mit kooperativem Lernen

Lehr-/Lernmethoden

Die Inhalte werden interaktiv vermittelt. Als Quelle steht zusätzlich das Manuskript mit den wesentlichen Inhalten zur Verfügung.

Mit praktischen Beispielen, insbesondere aus den Erfahrungsbeispielen des Dozenten, werden die Details im unternehmerischen Alltag verdeutlicht und verständlich gemacht. Ergänzend sind verschiedene Lerninhalte im Eigenstudium zu erarbeiten und werden im Plenum diskutiert und gegebenenfalls vertieft.

Literatur/Lehrmaterial

- Aktiengesetz, GmbH-Gesetz, 45. Aufl., München 2014
- Beck'sches Handbuch der Personengesellschaften, 4. Aufl., München 2014
- Bürgerliches Gesetzbuch, 75. Aufl., 2015
- H.E. Büschgen, Das kleine Börsen-Lexikon, 23. Aufl., Düsseldorf 2012
- H.Fittler, M.Mudersbach, Leasing-Handbuch, Frankfurt am Main, 2012
- D.Schneider, Investition, Finanzierung und Besteuerung, Wiesbaden 2013
- Wöhe /Bilstein/ Ernst/ Häcker, Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, 11. Aufl., München 2013

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 70%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20%		Aufgaben/Gruppenarbeit 10%	

Modulbeschreibung

Code IV.3	Modulbezeichnung IV.3 Managementfunktionen und -instrumente
----------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden die vielfältigen Aufgaben und Betrachtungsebenen der Unternehmensführung zu vermitteln. Mit dem Unternehmensplanspiel wird das Verständnis für das Zusammenspiel von real- und finanzwirtschaftlicher Perspektive geschärft. Ein enger Bezug zu LV IV.3.1 wird hergestellt.</p> <p>Die Bedeutung des Controllings als betriebswirtschaftliche Dienstleistungsfunktion für die Unternehmensführung wird im engen Zusammenspiel mit LV IV.3.2 herausgestellt. Strategische und operative Perspektiven des Controllings werden grundlegend erarbeitet und anhand von Fallstudien konkret geübt, um Handlungskompetenz zu vermitteln.</p>
<p>Inhalte insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Unternehmensführung • Grundlagen des Controlling • Wechselbeziehungen der beiden Themenfeldern
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung (lecture) • Übungen (exercises) • Fallstudien (business cases) • Unternehmensplanspiel (business game)

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Kenntnisse zu betriebswirtschaftlichen Grundzusammenhängen, Fertigkeiten und Kompetenzen zum internen und externen Rechnungswesen
Vorbereitung für das Modul	Für diese einführende Veranstaltung ist keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	I.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen I.3 Betriebswirtschaftliche Funktionen I.4 Quantitative Methoden I III.3 Internes Rechnungswesen und Unternehmensrechnung Vertiefungsstudium
Einsatz in anderen Studiengängen	Diese Veranstaltung ist unabhängig vom Schwerpunkt eines Studiums zu sehen.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p>Inhalte</p> <p>Ausgehend von der These, dass in der Regel das Oberziel eines Unternehmens in der eigenen Existenzsicherung besteht, werden in dem Modul diesbezügliche Kenntnisse vermittelt und die ökonomische Perspektive der Nachhaltigkeit in einen Gesamtzusammenhang gestellt.</p>

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(60)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Wolfram Sopha		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 2,5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 40 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.3.1	Unternehmensführung I (inkl. Unternehmensplanspiel)
IV.3.2	Controlling-Grundlagen

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

IV.3.1	Unternehmensführung I (inkl. Unternehmensplanspiel)
---------------	--

Ausgestaltung

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung und Grundlagen • Normatives Management • Strategisches Management • Organisation • Personal und Führung • Controlling • Planspiel 			
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung mit Unternehmensplanspiel 			
<p>Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung (lecture) • Übungen (exercises) • Unternehmensplanspiel (business game) 			
<p>Literatur/Lehrmaterial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, 5. Auflage, Frankfurt am Main/New York 1999 • Coenenberg, A. G., Salfeld, R.: Wertorientierte Unternehmensführung, 2. Auflage, Stuttgart 2007 • Drucker, P. F.: Was ist Management? Das Beste aus 50 Jahren, 3. Auflage, Berlin 2005 • Hungenberg, H., Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, 3. Auflage, Berlin/Heidelberg/New York 2007 • Macharzina, K., Wolf, Joachim: Unternehmensführung, 6. Auflage, Wiesbaden 2008 • Malik, F.: Management, Das A und O des Handwerks, Frankfurt 2005 • Rappaport, A.: Shareholder Value, 2. Auflage, Stuttgart 1999 • Simon, H.: Hidden Champions des 21. Jahrhunderts, Frankfurt/New York 2007 • Ulrich, P., Fluri, E.: Management, 7. Auflage, Stuttgart 1995 			
<p>Besonderes Die Studierenden können am „Forum Automobilwirtschaft“ teilnehmen. Darin tragen Gastreferenten ausgewählte, praxisrelevante Themen aus der Automobilwirtschaft vor.</p>			

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung teilweise	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 10 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 50 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

IV.3.2	Controlling-Grundlagen
---------------	-------------------------------

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	Grundzüge der BWL	Erarbeitung des Stoffinhaltes	Nutzung der Kenntnisse zum Thema für betriebswirtschaftliche Entscheidungsprozesse
System			
Selbst	Nacharbeit mittels Manuskript und Literatur		
Sozial		Teamarbeit	Präsentation zu ausgewählten Themen mittels Powerpoint-Präsentation
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Sachliche und begriffliche Grundlagen • Organisatorische Einbindung des Controllings im Unternehmen • Operatives und strategisches Controlling • Instrumente zur Entwicklung von Geschäftsfeldstrategien • Bedeutung des strategischen Controllings • Instrumente des operativen Controllings • Wertung des strategischen und operativen Controllings 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung mit Übung			
Lehr-/Lernmethoden			
<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung (lecture) • Fallstudien (Business Cases) • Übungen (exercises): Einzel- und Gruppenarbeiten 			
Literatur/Lehrmaterial			
<ul style="list-style-type: none"> • Baum, Heinz—Georg; Coenenberg, Adolf Gerhard; Günther, Thomas: Strategisches Controlling, 4., überarbeitete und erweiterte Aufl., Stuttgart 2007 • Bea, Franz Xaver; Haas, Jürgen: Strategisches Management. Mit Übersichten. 6., neu bearb. Aufl., Stuttgart 2011 • Buchholz, Rainer: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS. 7 komplett überarbeitete Aufl., München 2011 • Coenenberg, Adolf G.; Fischer, Thomas, M.; Günther, Thomas: Kostenrechnung und Kostenanalyse. 8., überarbeitete Aufl., Stuttgart 2012 • Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, Ziele-Prozesse-Verfahren, 6. Aufl., Wiesbaden 2011 • Jung, Hans: Controlling, 4., aktualisierte Aufl., München 2014 • Kilger, Wolfgang; Pampel, Jochen; Vikas, Kurt: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung. 13. Aufl., Wiesbaden 2012 • Lorson, O.; Quick, R.; Wurl, H.-J.: Grundlagen des Controllings, Weinheim 2013 • Steger, Johann: Controlling, Grundlagen und Instrumente mit Fallbeispielen und Lösungen, München 2013 			

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 40 %	

Modulbeschreibung

Code IV.4	Modulbezeichnung IV.4 Makroökonomie und Wirtschaftspolitik
----------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Die Veranstaltung soll den Studierenden einen Einblick in die wesentlichen gesamtwirtschaftlichen und wirtschaftspolitischen Zusammenhänge vermitteln, deren Kenntnis erforderlich ist, um die von Politikern und gesellschaftlichen Gruppen vorgeschlagenen Ansätze verstehen und beurteilen zu können. Mittels Modellbildung sollen komplexe ökonomische Beziehungen veranschaulicht und analytische Fähigkeiten der Studierenden geschult werden. Außerdem sollen die Studierenden in der Lage sein, ihre erworbenen Kenntnisse auch für betriebliche Entscheidungen in der Praxis zu nutzen. Nach Abschluss der Module III.4 und IV.4 soll bei den Studierenden ein methodisch fundiertes und zugleich praxisorientiertes Grundverständnis volkswirtschaftlicher Sachverhalte vorhanden sein.
Inhalte Das Modul baut auf dem Modul Mikroökonomie auf und behandelt ergänzend die makroökonomische Perspektive. Die Studierenden werden dabei sowohl mit den Grundzügen der Makroökonomie als auch mit den daraus resultierenden konkreten wirtschaftspolitischen Fragestellungen vertraut gemacht.
Lehr-/Lernformen Vorlesung mit Tutorium

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formale Voraussetzungen einer Teilnahme existieren nicht. Schulmathematische Kenntnisse, insbesondere auf dem Gebiet der Analysis, werden vorausgesetzt.
Vorbereitung für das Modul	Siehe Literaturhinweise

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Vorhergehendes Modul: III.4 Mikroökonomie. Das Modul weist auch Querverbindungen zu Modulen auf, welche die Kenntnis makroökonomischer Zusammenhänge voraussetzen.
Einsatz in anderen Studiengängen	Die Möglichkeit zur Anrechnung dieses Moduls in anderen Studiengängen ist bei Vorliegen der Voraussetzungen gegeben.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Bezugnehmend auf die wirtschaftspolitischen Zielsetzungen des magischen Sechsecks wird die Notwendigkeit einer ressourcenschonenden Umwelt- und Wirtschaftspolitik erläutert. Diese ökonomischen Zusammenhänge werden den Studierenden anhand von zahlreichen Beispielen verdeutlicht.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60)	Makroökonomie 50% Wirtschaftspolitik 50%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Markus Mändle		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30%	Aufgaben/Gruppenarbeit 30%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.4.1	Makroökonomie
IV.4.2	Wirtschaftspolitik

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.4.1	Titel der Lehrveranstaltung Makroökonomie
------------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Die Studierenden erweitern ihre

- **Kenntnisse und Fertigkeiten im Fach**
Die Studierenden gewinnen einen Überblick über makroökonomische Grundzusammenhänge und sind in der Lage, diese auf Fragestellungen in Theorie und Praxis anzuwenden.
- **Kenntnisse und Fertigkeiten in Bezug auf Systeme**
Die Studierenden können im Rahmen makroökonomischer Modelle vernetzt argumentieren und die Auswirkungen von geld- und fiskalpolitischen Entscheidungen analysieren.
- **Kenntnisse und Fertigkeiten der Selbstorganisation**
Die Studierenden befassen sich selbständig mit der einschlägigen Literatur und sind in der Lage, diese in Verbindung mit den Vorlesungsinhalten zu bringen.
- **Kenntnisse und Fertigkeiten im Umgang mit Anderen**
Die Studierenden erarbeiten und diskutieren gemeinsam die Übungsaufgaben zur Veranstaltung.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Nach der Einführung in makroökonomische Grundbegriffe der Kreislaufanalyse und der VGR wird die Logik der Makroökonomie in der langen Frist analysiert (neoklassische Theorie). Anschließend wird das makroökonomische Grundmodell der kurzen Frist entwickelt (keynesianische Theorie). Nach Erörterung der mittleren Frist (AS-AD-Modell) und des Phillips-Kurven-Trade-offs wird zusammenfassend nochmals die Bedeutung makroökonomischer Paradigmen für die Wirtschaftspolitik herausgearbeitet.

Disposition:

- Einführung

- Kreislaufanalyse
- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
- Makroökonomie bei langfristiger Betrachtung
 - Entstehung, Verteilung und Verwendung des Bruttoinlandsprodukts
 - Arbeitsmarkt und Arbeitslosigkeit
 - Geld und Inflation
- Makroökonomie bei kurzfristiger Betrachtung
 - Das Problem gesamtwirtschaftlicher Schwankungen
 - Die gesamtwirtschaftliche Nachfrage
 - Das gesamtwirtschaftliche Angebot
- Die Bedeutung makroökonomischer Paradigmen für die Wirtschaftspolitik

Lehr-/Lernformen

Vorlesung mit Tutorium

Lehr-/Lernmethoden

Die Vorlesung dient zur Präsentation und Erläuterung der Lehrinhalte. Eine Vertiefung und Einübung der Methoden findet im Tutorium statt. Dort werden vor allem die Übungsaufgaben besprochen. Es wird angeregt, dass die Studierenden zur Erarbeitung der Übungsaufgaben selbständig Lerngruppen bilden.

Literatur/Lehrmaterial (jeweils in der aktuellen Auflage)

Blanchard, O. und G. Illing: Makroökonomie, München.

Felderer, B. und S. Homburg: Makroökonomik und neue Makroökonomik, Berlin/Heidelberg.

Mankiw, N.G.: Makroökonomik, Stuttgart.

Mussel, G.: Einführung in die Makroökonomik, München.

Mussel, G. und J. Pätzold: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, München.

Besonderes

Tutorium, Online-Übungsaufgaben

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 2,5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30%		Aufgaben/Gruppenarbeit 30%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.4.2	Titel der Lehrveranstaltung Wirtschaftspolitik
------------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Die Studierenden erweitern ihre

- **Kenntnisse und Fertigkeiten im Fach**
In dieser Lehrveranstaltung sollen die Studierenden die erworbenen volkswirtschaftlichen Grundlagen aus den Bereichen der Mikro- und Makroökonomie auf wirtschaftspolitische Fragestellungen anwenden.
- **Kenntnisse und Fertigkeiten in Bezug auf Systeme**
Die Studierenden werden in die Lage versetzt, den Einsatz verschiedener wirtschaftspolitischer Instrumente kritisch zu vergleichen und zu beurteilen. Die Teilnehmer erwerben mithin die Fähigkeit, unterschiedliche wirtschaftspolitische Fragestellungen ökonomisch zu bewerten und zu einem differenzierten Urteil im Hinblick auf die ökonomischen, sozialen und ökologischen Auswirkungen wirtschaftlichen Handelns zu gelangen. Sie verstehen, warum wirtschaftspolitische Eingriffe notwendig sein können.
- **Kenntnisse und Fertigkeiten der Selbstorganisation**
Die Studierenden befassen sich selbständig mit der einschlägigen Literatur und sind in der Lage, diese in Verbindung mit den Vorlesungsinhalten zu bringen.
- **Kenntnisse und Fertigkeiten im Umgang mit Anderen**
Die Studierenden erarbeiten und diskutieren gemeinsam die Übungsaufgaben zur Veranstaltung.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Einführung in die Wirtschaftspolitik, Marktversagen versus Staatsversagen, Werturteilsproblematik, Ziele der Wirtschaftspolitik, Instrumente und Träger der Wirtschaftspolitik, Nachfrage- und Angebotssteuerung, Konjunktur- und Wachstumspolitik, Ordnungs- und Prozesspolitik, sektorale und regionale Strukturpolitik, Verteilungsbegriffe

und -maße, Verteilungstheorien, Einkommens- und Vermögensverteilung, soziale Sicherungssysteme und Sozialpolitik (in Deutschland), Umweltpolitik

Disposition:

- Aufgaben der Wirtschaftspolitik
- Beschäftigung und Arbeitslosigkeit
- Inflation und Preisniveaustabilität
- Wirtschaftswachstum
- Außenwirtschaftliches Gleichgewicht
- Erhalt der natürlichen Umwelt
- Einkommens- und Vermögensverteilung

Lehr-/Lernformen

Vorlesung

Lehr-/Lernmethoden

Die Vorlesung dient zur Präsentation und Erläuterung der Lehrinhalte. Die behandelten Problemkomplexe werden hierbei auch von aktuellen wirtschaftspolitischen Themen bestimmt.

Literatur/Lehrmaterial (jeweils in der aktuellen Auflage)

Bartling, H. und F. Luzius: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: Einführung in die Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, München.

Blankart, C.B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, München.

Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, München.

Koch, W.A.S. und Chr. Czogalla: Grundlagen der Wirtschaftspolitik, Stuttgart.

Krugman, P.R. und M. Obstfeld: Internationale Wirtschaft, München.

Lampert, H. und J. Althammer: Lehrbuch der Sozialpolitik, Berlin.

Mussel, G. und J. Pätzold: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, München.

Poser, G.: Wirtschaftspolitik: Eine Einführung, Stuttgart.

Wagenblaß, H.: Volkswirtschaftslehre, öffentliche Finanzen und Wirtschaftspolitik, Heidelberg.

Besonderes

Online-Übungsaufgaben

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 2,5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30%		Aufgaben/Gruppenarbeit 30%	

Modulbeschreibung

Code IV.5	Modulbezeichnung IV.5 Projekt- und Personalmanagement
---------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Modul 1 Projektmanagement</p> <p>Ziel der Veranstaltung ist es, anhand einer konkreten Aufgabe den systematischen Ablauf eines Projektes zu üben. Die Studierenden müssen das Projekt strukturieren und projekt- und situationsspezifisch erkennen, welche Instrumente anzuwenden sind. Schwierige Phasen während eines Projektes sind zu bewältigen. Ein konkretes Ergebnis ist zu präsentieren.</p> <p>Modul 2 Personalmanagement</p> <p>Die Studierenden sollen die Bedeutung von Anforderungen, die sich aus einer Stelle ergeben, kennen und in der Lage sein, selbst Anforderungsprofile zu erstellen. Die Interpretation einer Stellenanzeige soll dann aus der Perspektive des Bewerbers zu geeigneten Bewerbungsunterlagen führen. Die Studierenden kennen die Grundlagen zur Erstellung eines Anschreibens und Lebenslaufs und können dieses Wissen konkret anwenden. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, im Rahmen der Personalauswahl, die Auswahlinstrumente einzuschätzen und angemessen reagieren zu können. Zusätzlich erlernen die Studierenden ihre Sozialkompetenzen einzuschätzen, Stärken/Potentiale erkennen und nutzen sowie Bewerbungsgespräche und Assessment Center erfolgreich und authentisch zu führen.</p>
<p>Inhalte</p> <p>Modul 1</p> <p>Anwendung der in der Grundlagenveranstaltung Projektmanagement vermittelten Methoden und Techniken anhand praktischer Projektaufgaben, insbesondere aus der Automobilwirtschaft</p> <p>Modul 2</p> <p>Das Anforderungsprofil: Zusammensetzung und Zustandekommen sowie Stellenbeschreibung und Qualifikation bzw. Sozialkompetenzen Erstellung und Analyse der Bewerbungsunterlagen: Anschreiben, Lebenslauf, Zeugnisse, Motivationsschreiben / Selbsteinschätzung Instrumente der Personalauswahl: Vorstellungsgespräch, Testverfahren, Assessment-Center</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <ul style="list-style-type: none">⇒ Vorlesung (lecture)⇒ Projektarbeit/Teamtraining/Gruppenarbeiten (team training)⇒ Präsentationen (presentations)⇒ Einzelarbeit (individual work)

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none">- Keine formalen Voraussetzungen- Bereitschaft und Fähigkeit zum selbständigen Arbeiten
--	--

Vorbereitung für das Modul	- Ggf. eigenständiges Literaturstudium, vgl. Literaturangaben
----------------------------	---

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Querverbindungen und Anknüpfungspunkte zu Modulen aus AUW / AUM insb. Grundlagen des Projektmanagements
Einsatz in anderen Studiengängen	Fallweise mit den zuständigen Studiendekanen zu klären

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Das Modul Projekt- und Personalmanagement tangiert als übergreifende Disziplin in vielfältiger Weise Themen aus dem Bereich der nachhaltigen Entwicklung. Bspw. wird im Projektmanagement der Entwicklungsprozess innovativer verbrauchssarmer Fahrzeuge und alternative Antriebe skizziert. Im Bereich Personal werden u.a. Anforderungen neuer sich daraus ergebender Stellenprofile thematisiert. Darüber hinaus werden Herausforderungen, Chancen aber auch Risiken des potentiellen Arbeitsmarkts der Zukunft im Bereich der Umweltthemen diskutiert.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
Praktische Arbeit, Hausarbeit, Referat	100%

Organisation

Modulverantwortliche/ Prof. Dr. Sopha		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload		
Präsenz 35%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30%	Aufgaben/Gruppenarbeit 35%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV 5.1	Praxis im Projektmanagement
IV.5.2	Personalmanagement II (inkl. Praxissemester-Vorbereitung)

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

IV 5.1	Titel der Lehrveranstaltung Praxis im Projektmanagement
--------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Ziel der Veranstaltung ist es, anhand einer konkreten Aufgabe den systematischen Ablauf eines Projektes zu üben. Die Studierenden müssen das Projekt strukturieren und projekt- und situationspezifisch erkennen, welche Instrumente anzuwenden sind. Schwierige Phasen während eines Projektes sind zu bewältigen. Ein konkretes Ergebnis ist zu präsentieren.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Anwendung der in der Grundlagenveranstaltung vermittelten Methoden und Techniken anhand praktischer Projektaufgaben, insbesondere aus der Automobilwirtschaft

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

- ⇒ **Vorlesung** (lecture)
- ⇒ **Projektarbeit/Teamtraining/Gruppenarbeiten** (team training)
- ⇒ **Präsentationen** (presentations)
- ⇒ **Einzelarbeit** (individual work)

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Literatur

Literatur/Lehrmaterial

Boy, Jacques, Dudek, Christian, Kuschel, Sabine, Projektmanagement, 11. Auflage, Offenbach 2003

Hab, Gerhard, Wagner, Reinhard, Projektmanagement in der Automobilindustrie, 2. Auflage, Wiesbaden 2006

Hemmrich, Angela, Harrant, Horst, Projektmanagement, München 2004

Kessler, Heinrich, Winkelhuber, Georg A., Projektmanagement, 4. Auflage, Berlin 2008

Lehner, Johannes M. (Hrsg.), Praxisorientiertes Projektmanagement, Wiesbaden 2001

Madauss Bernd J., Handbuch Projektmanagement, 7. Auflage, Stuttgart 2009

Neumann, Reiner, Bredemeier, Karsten, Projektmanagement von A – Z, Frankfurt, New York 1996

Portny, Stanley E., Projektmanagement für Dummies, 2. Auflage, Weinheim 2007

Sutorius, René, Projektmanagement Checkbook, München 2009

Süß, Gerda, Modernes Projektmanagement, Kissing 2008

Tumuscheit, Klaus D., Überleben im Projekt, München 2007

Wanner, Roland, Projekt Risiko-Management, Norderstedt 2007

Wanner, Roland, Earned Value Management, 2. Auflage, Norderstedt 2007

Wischnewski, Erik, Modernes Projektmanagement, Wiesbaden 2001

Besonderes

Bei den Projekten handelt es sich sowohl um betriebliche Aufgabenstellungen als auch um Forschungsprojekte. Die Projekte finden, wenn möglich, in Zusammenarbeit mit (regional ansässigen) Unternehmen statt.

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Ja	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 10%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 10%		Aufgaben/Gruppenarbeit 80%	

IV.5.2	Personalmanagement II (inkl. Praxissemester-Vorbereitung)
--------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen die Bedeutung von Anforderungen, die sich aus einer Stelle ergeben, kennen und in der Lage sein, selbst Anforderungsprofile zu erstellen. Die Interpretation einer Stellenanzeige soll dann aus der Perspektive des Bewerbers zu geeigneten Bewerbungsunterlagen führen. Die Studierenden kennen die Grundlagen zur Erstellung eines Anschreibens und Lebenslaufs und können dieses Wissen konkret anwenden. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, im Rahmen der Personalauswahl die Auswahlinstrumente einzuschätzen und angemessen reagieren zu können. Zusätzlich erlernen die Studierenden ihre Sozialkompetenzen einzuschätzen, **Stärken/Potentiale kennen und nutzen** sowie Bewerbungsgespräche und Assessment Center erfolgreich und authentisch zu führen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Das Anforderungsprofil: Zusammensetzung und Zustandekommen sowie Stellenbeschreibung und Qualifikation bzw. Sozialkompetenzen
- Erstellung und Analyse der Bewerbungsunterlagen: Anschreiben, Lebenslauf, Zeugnisse, Motivationsschreiben
- Instrumente der Personalauswahl: Vorstellungsgespräch, Testverfahren, Assessment-Center;
- **Stärken/Potentiale kennen und nutzen**

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

- ⇒ **Vorlesung** (lecture)
- ⇒ **Gruppenarbeiten** (teamwork)
- ⇒ **Präsentationen** (presentations)
- ⇒ **Einzelarbeit**

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Literatur

Literatur/Lehrmaterial

- Anderson, J.R., Kognitive Psychologie, 7. Auflage, Berlin 2013
- Böhm, W., Justen, R. Bewerberauswahl und Einstellungsgespräch 5. Auflage, Berlin 1996
- Brandstätter, V., Schüler, J., Puca, R.M., Lozo, L., Motivation und Emotion, Allgemeine Psychologie für Bachelor, Berlin 2013
- Domke, B., Personaldiagnostik: Keine Karriere ohne Assessment-Center, Harvard Business Manager, September 2008, S. 6-9
- Fruhner, R., Schuler, H., Funke, U., Moser, K., Einige Determinanten der Bewertung von Personalauswahlverfahren, Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie 1991, S. 170-178

Gigerenzer, G., Risiko – Wie man richtige Entscheidungen trifft, 2. Auflage, München 2013

Gluck, M.A., Mercado, E., Myers, C.E., Lernen und Gedächtnis – Vom Gehirn zum Verhalten, Heidelberg 2010

Goldstein, E.B., Wahrnehmungspsychologie: Der Grundkurs, 9. Auflage, Berlin 2015

Hagmann, Christoph, Hagmann, Jasmin, Assessment Center, 4. Auflage, Freiburg 2011

Hagmann, Christoph, Hagmann, Jasmin, Testbuch Assessment Center, 3. Auflage, Freiburg 2011

Heckhausen, H., Motivation und Handeln, Berlin 1989

Heyse, V., Erpenbeck, J., Kompetenztraining, Stuttgart 2004

Heyse, V., Erpenbeck, J., Kompetenzmanagement, Münster 2007

Hofman L.M., Linneweh und Streich R., Erfolgsfaktor Persönlichkeit, München 1997

Jetter, W., Effiziente Personalauswahl, Stuttgart 2003

Jung, H., Personalwirtschaft, 7. Auflage, München und Wien 2006

Knobbe, Thorsten, Leis, Mario, Umnuß, Karsten, Arbeitszeugnisse für Führungskräfte, 5. Auflage, Freiburg 2010

Linneweh, K., Persönlichkeitsmanagement als Individualaufgabe: Selbstbestimmte und aktive Lebensplanung, München 1997

Lorenz, Michael, Rohrschneider, Uta, Müller-Thurau, Claus-Peter, Vorstellungsgespräche

Müller-Thurau, Claus Peter, Testbuch Vorstellungsgespräche, 1. Auflage, Freiburg i.Br. 2009

Müller-Thurau, Claus Peter, 100 Fragen und Antworten im Vorstellungsgespräch, 4. Auflage, Freiburg i.Br. 2011

Niermeyer, Rainer, Soft Skills, München 2006

Nöllke, Matthias, Mentzel, Wolfgang, Managementwissen

Peter-Kühlinger, Gabriele, Friedel John, Soft Skills, 3. Auflage

Schön, Carmen, Mehr als bloß ein Job, Offenbach 2011

Scholz, C., Personalmanagement, informationsorientiert und verhaltenstheoretische Grundlagen, München 1989

Schuler, H., Psychologische Personalauswahl, 2. Auflage, Göttingen 1998

Schuler, H., Frier, D., Kauffmann, M., Personalauswahl im europäischen Vergleich, Göttingen und Stuttgart 1993

Schuler, H., Stehle, W., Biographische Fragebogen als Methode der Personalauswahl, Verlag für Angewandte Psychologie, Stuttgart 1986

Schulz von Thun, F., Miteinander Reden 1: Störungen und Klärungen, Reinbek 1981

Schulz von Thun, F., Miteinander Reden 2: Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung, Reinbek 1997

Stärk, Johannes, Erfolgreich im Vorstellungsgespräch und Jobinterview, Offenbach 2012

Stock-Homburger, R., Personalmanagement: Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden 2013

Vogel, Hans Rainer, Detambel, Daniel, JobSearch – Werden Sie Ihr eigener Headhunter, Offenbach 2008

Watzlawick, P., Beavin, J.H., Jackson, D., Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen,

Paradoxien, Bern 1990
Weuster, A., Personalauswahl, Wiesbaden 2008
Wurster, T. Michael, Hagen, Stefan, Die Karriereschmiede, Offenbach 2013
Besonderes
Gastreferenten/innen aus der Praxis

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2,5	2	Nein	4	Deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 60%	Vor- Nachbereitung/Selbststudium 20%		Aufgaben/Gruppenarbeit 20%	

Modulbeschreibung

Code IV.6	Modulbezeichnung IV.6 Interkulturelle Kompetenz
---------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Internationalisierung und Globalisierung in der Wirtschaft erfordert Studienabsolventen, die über eine gewisse Sensibilität im Umgang mit anderen Kulturen verfügen. Ziele der Lehrveranstaltungen sind daher:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Studierende können sich in Englisch (auf einem mittleren Niveau) im Geschäftsleben unterhalten und ohne größeren Vorbereitung im Ausland tätig sein ▪ Studierende können einer Präsentation auf Englisch über ein vertrautes Thema folgen, eine Präsentation geben oder ein Gespräch über ein relativ breites Spektrum an Themen in Gang halten ▪ Studierende beherrschen die Umgangsformen in Theorie und Praxis für den Berufsalltag ▪ Sie kennen die interkulturellen Vergleichsstudien und ihre Konsequenzen für die Praxis ▪ Studierende erfahren die Bedeutung von Führung und Zusammenarbeit in interkulturellen Projekten
<p>Inhalte</p> <p>Kulturtheoretische Konzepte und ihre Auswirkungen auf das Geschäftsleben, das richtige Verhalten im nationalen (Business Knigge) wie internationalen Kontext.</p>
<p>Lehr-/Lernformen</p> <p>Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode, Präsentationen, Fallstudien, Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Diskussionen, Übungen</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Englischkenntnisse mit einem Niveau (B2), dass die Vorlesung Interkulturelles Management verstanden wird.
Vorbereitung für das Modul	Englischunterricht in den Semestern 1 - 3

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	<p>In den Semestern 1 – 3 finden Englischvorlesungen statt als Vorbereitung auf englischsprachige Vorlesungen. Modul IV.1 Strategic Management in der Automobilwirtschaft hat starke internationale Bezüge. IKM dient als Co-Modul zu dieser Veranstaltung.</p> <p>Im Vertiefungsstudium werden englischsprachige Wahlmodule mit internationalem Bezug angeboten, die auf diese Veranstaltung zurückgreifen.</p> <p>Im praktischen Kontext dient das Modul dem Einsatz während des Praxissemesters, sowohl in Deutschland als auch im Ausland und einer späteren internationalen Beschäftigung.</p>
Einsatz in anderen Studiengängen	nein

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Das Modul dient in erster Linie dazu, Andersartigkeit bewusst zu machen und den Umgang damit zu trainieren. Dabei ist nicht nur der Umgang und das Verständnis im internationalen Kontext relevant, sondern auch das Verhalten, vor allem im geschäftlichen Kontext, zu reflektieren und anzueignen.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
Ha	35 %
R	15%
K (45 min)	50%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Gunda Neubauer		
Modulart Vorlesung	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Englischkenntnisse	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit folgender Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Stunden	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Stunden	Aufgaben/Gruppenarbeit 50 Stunden

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV 6.1	Interkulturelles Management
IV 6.2	Business Behavior

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV 6.1	Titel der Lehrveranstaltung Interkulturelles Management
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Kulturvergleichende Managementforschung • Kulturelle Aspekte ausgewählter Länder • Interkulturelle Kommunikation im internationalen Kontext • Ausgewählte Aspekte der Führung im internationalen Kontext, insbesondere Aspekte der Motivierung, Entscheidungsfindung sowie Internationale Teamarbeit • Business Protocol and Etiquette und nonverbales Verhalten im internationalen Businesskontext 			
Lehr-/Lernformen Vorlesung i.d.R. auf Englisch mit Übungen			
Lehr-/Lernmethoden Vorlesungen, Übungen, Rollenspiele, Gruppenarbeiten, Präsentationen			
Literatur/Lehrmaterial Bergemann, N.; Sourisseaux, A.L.J. (Hrsg.): Interkulturelles Management, Berlin 2002 Böning, U. (Hrsg.): Interkulturelle Business Kompetenz, Frankfurt/M. 2000 Gesteland, R.R.: Cross-Cultural Business Behavior, Kopenhagen 2002 Hasenstab, M.: Interkulturelles Management, Berlin 1998 Hummel, Th.R.; Zander, E.: Interkulturelles Management, Mering 2005 Sawitzki, P.: International verhandeln, München 2007 Schlamelcher, U.: Kultur und Management, Mering 2004 Schugk, M.: Interkulturelle Kommunikation, München 2004			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Ja	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Englisch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung (in Stunden):				
Präsenz 22,5	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 5		Aufgaben/Gruppenarbeit 35	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV 6.2	Titel der Lehrveranstaltung Business Behavior
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Grundlagen zeitgemäßer Höflichkeit im Business
- Respekt, Souveränität, Wertschätzung, Takt, Wertschätzender Umgang mit Geschäftspartnern und Kunden, Rangordnung im Business
- Grundregeln: Grüßen, Distanzzonen, Verabschieden
- Bekannt machen und Vorstellen, Umgang mit Visitenkarten, Der zeitgemäße Umgang mit Titeln, Die direkte Anrede „Du“ oder doch lieber „Sie“?
- Die zeitlosen Umgangsformen, die jeder kennen muss
- Die Liste der schlechten Angewohnheiten
- Kontaktpflege – Small Talk
- Höflicher Umgang mit Telefon, Handy und E-mail
- Die angemessene Business-Kleidung
- Geschäftsessen stilvoll absolvieren, Haltung bei Tisch, • Gastgeber- und Gastpflichten
- Keine Panik vor Serviette, Gläsern und Bestecken, • Wie isst man was?

Lehr-/Lernformen

Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesungen, Übungen, Rollenspiele

Literatur/Lehrmaterial

Elisabeth Bonneau „Stilvoll zum Erfolg“
 Moritz Freiherr Knigge „Spielregeln“, Kai Opper „Business Knigge“
 Holgar Raulf „Gefragt ist Persönlichkeit“
 Silke Frink „Der feminine Stil – Businessmode für Frauen“
 Bernhard Roetzel „Der Style-Guide für Männer“
 Hesse/Schrader „Praxisbuch Small Talk“

Besonderes

Vor-Ort-Übung in einem gehobenen Restaurant.

Organisation

ECTS-Punkte 2,5	SWS 2	Gruppeneinteilung Ja	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden mit der folgenden Aufteilung (in Stunden):				
Präsenz 22,5	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25,0		Aufgaben/Gruppenarbeit 15	

Vertiefungsstudium

Modulbeschreibung

Code V.1	Modulbezeichnung V.1 Praxis
--------------------	---------------------------------------

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele <ul style="list-style-type: none">• Gewinnung praktischer Erfahrungen und Kenntnisse zur Ergänzung und Vertiefung der Lehrinhalte aus dem theoretischen Studium,• Erhalt von Einblicken in Aufgaben und Arbeitsweisen verschiedener betrieblicher Funktionsbereiche hinsichtlich wirtschaftlicher, rechtlicher und technischer Problemstellungen in der Automobilwirtschaft.
Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Praktische Anwendung des erworbenen Wissens der vorangegangenen Semester,• Nach Möglichkeit Durchführung eines Projekts,• Bearbeitung einer von der Hochschule vergebenen Fragestellung.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Bewährung in der Praxis

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Abschluss des Grundlagenstudiums
Vorbereitung für das Modul	Grundlagenstudium, insbesondere Modulelemente I.6.2, II.5.2, III.3.2, Modul IV.6

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium, Bachelorarbeit
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte keine

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
Sonstige Prüfungsleistung	100 %

Organisation

Modulverantwortliche/r Herr Prof. Dr. Albert Ruff		
Modulart Pflichtfach mit der Möglichkeit des Erlasses unter bestimmten Bedingungen	Turnus jedes Semester	Dauer 5. Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 20	Präsenz in SWS
Workload Mindestens 5 Monate		
Präsenz/ Kontakt 100 %	Vor- /Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Keine	

Modulbeschreibung

Code P1M1	Modulbezeichnung P1M1 Marketingschwerpunkte in der AuWi
---------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Handlungsfelder und Besonderheiten des Marketings in der Automobilbranche verstehen und Konzepte zur Gestaltung der Kundenbeziehungen kennenlernen.
Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Marktsegmentierung und darauf aufbauende marketingpolitische Aktivitäten entlang des Produktlebenszyklusses• Aufbau und Erhaltung der Kundenbeziehung• Messung und Management der Kundenzufriedenheit• Konzepte und Instrumente des Customer Relationship Managements (CRM)• Einsatz Neuer Medien zur Kundenakquisition und Kundenbetreuung
Lehr-/Lernformen (<ul style="list-style-type: none">• Vorlesung (lecture)• Übungen (exercises)• Lerntexte (text studies)

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Kenntnis der allgemeinen Grundlagen des Marketings.
Vorbereitung für das Modul	Es ist keine besondere Vorbereitung notwendig.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Grundlage für weiterführende Lehrveranstaltungen mit marketing- und vertriebspolitischer Ausrichtung.
Einsatz in anderen Studiengängen	Es werden speziell automobilbezogene Fragestellungen behandelt.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Im Rahmen der Lehrveranstaltungen werden sowohl Fragestellungen der ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit marketingpolitischen Fragestellungen behandelt.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (120 min.)	100 %

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Willi Diez		
Modulart Wahlpflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 6
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 = 200 Punkte, mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 60 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
P1M1.1	Marketingpolitische Entscheidungen in der AuWi
P1M1.2	Kundenbeziehungsmanagement
P1M1.3	Neue Medien in der Automobilwirtschaft

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P1M1.1	Titel der Lehrveranstaltung Marketingpolitische Entscheidungen in der Automobilwirtschaft
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Grundlagen des Käuferverhaltens
- Marktsegmentierung in der Automobilwirtschaft
- Das Konzept des Produktlebenszyklus
- Marketingpolitische Aufgaben in der Einführungsphase
- Marketingpolitische Aufgaben in der Wachstumsphase
- Marketingpolitische Aufgaben in der Reifephase
- Marketingpolitische Aufgaben in der Sättigungs- und Degenerationsphase
- Zyklusübergreifende marketingpolitische Aufgaben

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

- **Vorlesung** (lecture)
- **Übungen** (exercises)
- **Lerntexte** (text studies)

Literatur/Lehrmaterial

Diez, W., Brachat, H. und Reindl, St.: Grundlagen der Automobilwirtschaft, München 2012
Diez, W.: Automobilmarketing, Landsberg a. Lech 2005

Besonderes

Keine Besonderheiten.

Organisation

ECTS-Punkte 8 auf Modulebene	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6	Sprache Deutsche
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung				
Präsenz 60 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P1M1.2	Titel der Lehrveranstaltung Kundenbeziehungsmanagement
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Aufbau von Kundenbeziehungen, insbesondere Lead Management
- Stabilisierung von Kundenbeziehungen, insbesondere Management der Kundenzufriedenheit und CRM
- Kundenrückgewinnungs-Management

Lehr-/Lernformen

Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden

- **Vorlesung** (lecture)
- **Übungen** (exercises)
- **Lerntexte** (text studies)

Literatur/Lehrmaterial

Diez, W., Brachat, H. und Reindl, St.: Grundlagen der Automobilwirtschaft, München 2012
Diez, W. : Automobilmarketing, Landsberg a. Lech 2005

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 8 auf Modulebene	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden mit folgender Aufteilung				
Präsenz 60 %		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P1M1.3	Titel der Lehrveranstaltung Neue Medien in der Automobilwirtschaft
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten der Neuen Medien gegenüber klassischen Medien • Aufbau internetbasierter Kundenkontakte in ausgewählten Geschäftsfeldern • Modelle des E-Commerce • Erfolgsmessung internetbasierter Aktivitäten 			
Lehr-/Lernformen Vorlesung mit Übungen			
Lehr-/Lernmethoden <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung (lecture) • Übungen (exercises) • Lerntexte (text studies) 			
Literatur/Lehrmaterial Diez, W. und Gaul, St.: Kundenbeziehungsmanagement und die Rolle des Internets, in: Diez,W., Brachat, H. und Reindl, St.: Grundlagen der Automobilwirtschaft, München 2012			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 8 auf Modulebene	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6	Sprache deutsch
Workload: 2,5 x 25 Stunden = 62,5 Stunden				
Präsenz 60 %		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Modulbeschreibung

Code P1M3	Modulbezeichnung P1M3 Produktpolitische Planung, Innovationen und neue Technologien
----------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Sowohl für den Standort Deutschland, als auch für die internationale Wettbewerbsfähigkeit ist die Innovationsfähigkeit der deutschen Automobilhersteller – in Zusammenarbeit mit den Automobilzulieferunternehmen - von wesentlicher Bedeutung.

Die Studierenden kennen die wesentlichen Aufgaben, Methoden und Determinanten im Hinblick auf die erfolgreiche Realisierung innovativer Produkte, Organisationen, Prozesse und Technologien und können diese auszugsweise anwenden.

Darüber hinaus haben die Studenten anhand konkreter Beispiele einen Eindruck von der aktuellen Innovationstätigkeit der Branche in den genannten Feldern.

Im Einzelnen werden die nachfolgend aufgeführten Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen erworben. Die Studierenden können:

- die Managementdisziplinen des Innovations-, Technologie-, F&E-, Ideen-, Kreativitäts- und Wissensmanagement voneinander abgrenzen und definieren,
- die wesentlichen Arbeitsschritte und Methoden in den genannten Managementdisziplinen erläutern und auszugsweise anwenden,
- den automobilen Entwicklungsprozess und die Erfolgsfaktoren erklären,
- die in frühen Entwicklungsphasen zu klärenden Themenstellungen identifizieren und grundsätzliche Lösungsansätze unterscheiden,
- die Schritte, die notwendig sind, um ausgehend von der Idee für ein Produkt eine zielgerichtete Serienentwicklung betreiben zu können, verstehen und kennen damit die Voraussetzungen, um eine Produktidee zum Markterfolg zu führen,
- einen innovationsträchtigen und relevanten Bereich der Automobilwirtschaft beispielhaft in der Tiefe selbstständig erfassen,
- Aspekte aus diesem relevanten Bereich transfermäßig auf neue Gegebenheiten des Marktes und die darin stattfindenden Innovationen übertragen,
- einem Überblick über weitere aktuelle bzw. zu erwartende Innovationen darstellen.,
- die entscheidende Bedeutung von Innovationen bezüglich Organisation, Prozessen und Abläufen sowie eingesetzten Technologien für ein im internationalen Wettbewerb erfolgreiches Unternehmen verstehen und begründen,
- die Prozesse und Organisationsformen, die sich im Laufe der letzten Jahre in der Automobilindustrie entwickelt haben, erläutern und in ihren Anwendungsbereichen und ihrer Bedeutung erklären,
- Beispiele für innovative Prozesse und Organisationsformen nennen.,
- die Grundlagen des Qualitätsmanagements erläutern und Bedeutung eines Total Quality Management für erfolgreiche Unternehmen erkennen und darlegen,
- durch eine Gruppenarbeit bezüglich einer exemplarischen Prozess- oder Organisationsinnovation Erfahrungen sammeln in der selbständigen Strukturierung von Aufgaben, der Teamarbeit, der Dokumentation von Ergebnissen und der Präsentation vor Zuhörergruppen.
- durch die exemplarische Bearbeitung von Veröffentlichungen und Fallbeispielen ein vertieftes Verständnis für aktuelle Veränderungen und Innovationen in den Prozessen und Organisationen der Automobilindustrie erhalten,

- einen Überblick über innovative, betriebliche IT-Systeme, geben,
- Literatur und sonstige Quellen zu relevanten Fragestellungen eigenständig auffinden und zielorientiert auswerten.

Inhalte

Unter der „Produktpolitischen Planung“ wird im Rahmen der Lehrveranstaltung derjenige Abschnitt im Prozess einer Produktentstehung verstanden, der sich zeitlich zwischen der Identifizierung eines erfolgversprechenden Fahrzeugmodells/Baureihe durch das Marketing und der Serienentwicklungsphase für Produkt und Prozess abspielt. Zur Erreichung der Qualifikationsziele werden zunächst die Grundlagen für ein zielgerichtetes Innovationsmanagement und das Umfeld der Produktpolitischen Planung vermittelt. Darauf aufbauend werden wesentliche Planungsinhalte der frühen Phasen des Produktentstehungsprozesses (PEP) vertieft und ein Ausblick auf die späten Phasen des PEP gegeben.

In der Lehrveranstaltung „Produktinnovationen im Automobilbau“ wird auf aktuelle Produktinnovationen eingegangen, wobei aufgrund der Vielzahl der Innovationen ein Schwerpunkt gewählt wird. Der Schwerpunkt ist das Innovationsfeld der Passiven Insassensicherheit. In der forensischen Biomechanik/Verletzungsmechanik werden aufbauend auf die Ergebnisse aus der forensischen Unfallanalytik und Unfallrekonstruktion die Kausalitätsfragen bestehender Verletzungen im Hinblick auf Verletzungsmechanismen ausgewertet, in gleicher Weise wie fragliche Kausalitäten bestrittener Verletzungen im Hinblick auf Unfallmechanismen bewertet werden. Insbesondere die Themengebiete der Insassensicherheit, der Insassenkinematik, der Verletzungen von Fahrzeuginsassen in angeschnalltem oder nicht angeschnallten Zustand und Fußgängerunfälle werden im Hinblick auf konstruktive Maßnahmen der Insassensicherheit behandelt. Aufbauend auf diese Grundlagen werden einzelne technischen Themengebiete der passiven Insassensicherheit erarbeitet. Gerade das Verständnis der Funktion von Schutzsystemen ist in der aktuellen Automobilwirtschaft, aber auch im konstruktiven Fahrzeugbau hoch relevant, da das Käuferverhalten auf diese Fragestellung, neben Fragen der Umweltverträglichkeit hoch relevant ausgelegt ist. Darüber hinaus wird ein Überblick über aktuelle bzw. zu erwartende Innovationen in weiteren Funktionseinheiten gegeben.

Die Lehrveranstaltung „Prozessinnovationen und innovative Organisationsformen“ fokussiert auf den wertschöpfenden Prozessen der Entwicklung, der Beschaffung, der Logistik, der Produktion und dem Qualitätsmanagement. Das Modulelement behandelt exemplarisch innovative und aktuell umgesetzte Lösungen für innovative Organisationsformen, Prozesse und Abläufe, Technologien und I&K-Systeme. Die Grundlagen hierfür werden durch eine Einführung in die Produktions- und Entwicklungssysteme und die eingesetzten I&K-Systeme der Automobilindustrie sowie einen Überblick über das Konzept des Lean Management, des Total Quality Management und über moderne Fabrikkonzepte gelegt.

Lehr-/Lernformen

Vorlesung, individuelles und gruppenbasiertes Bearbeiten von Fragestellungen mit gemeinsamer Lösungsdiskussion, gemeinsames Durchdenken von Fragen und Lösungen, Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen, vor- und nachbereitende Aufgaben, Selbststudium von Praxisbeispielen, Buchauszügen und Lerntexten, themenbezogene Gruppenarbeiten mit Präsentation, Exkursionen, Trainings

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Keine formalen Voraussetzungen • Lehrveranstaltungen des Grundstudiums • Bereitschaft und Fähigkeit zum selbständigen Arbeiten nach eigener Planung und zur Teamarbeit
Vorbereitung für das Modul	Ggf. eigenständiges Literaturstudium, vgl. Literaturangaben

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Querverbindungen und Anknüpfungspunkte zu Modulen aus dem Grundstudium sowie zu „Marketingschwerpunkte in der Automobilwirtschaft“ und „Managementfunktionen und –prozesse“
Einsatz in anderen Studiengängen	Fallweise mit den zuständigen Studiendekanen zu klären

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p>Inhalte Im Modul werden als Teilaufgabe der produktpolitischen Planung in frühen Phasen auch Nachhaltigkeitsanforderungen diskutiert, wie z.B. Emissionen, Verbräuche, Demontage und Recycling. Weiter sind die allgemein behandelten Konzepte des Innovations-, Technologie-, Ideen-, Kreativitäts- und Wissensmanagement grundsätzlich auch auf Aufgabenstellungen aus dem Bereich der Nachhaltigen Entwicklung anwendbar. Der Schwerpunkt „Passive Insassensicherheit“ trägt zur Reduzierung der Verletzungen und Todesfälle im Straßenverkehr bei und ist somit Ausgangsbasis weit gefassten Nachhaltigkeitsüberlegungen.</p>
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (120)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Reinhold Bopp		
Modulart Wahlpflichtmodul im Vertiefungsstudium	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 6
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt Ca. 67 Stunden / ca. 34%	Vor- /Nachbereitung/Selbststudium Ca. 67 Stunden / ca. 34%	Aufgaben/Gruppenarbeit 66 Stunden / ca. 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
P1M3.1	Produktpolitische Planung
P1M3,2	Produktinnovationen im Automobilbau
P1M3.3	Prozessinnovationen und innovative Organisationsformen

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P1M3.1	Titel der Lehrveranstaltung Produktpolitische Planung
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Vgl. Ausführungen zu den Qualifikationszielen des Moduls

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Unter der „Produktpolitischen Planung“ wird im Rahmen des Modulelements derjenige Abschnitt im Prozess einer Produktentstehung verstanden, der sich zeitlich zwischen der Identifizierung eines erfolgversprechenden Fahrzeugmodells/Baureihe durch das Marketing und der Serienentwicklungsphase für Produkt und Prozess abspielt.

0. Einführung und Einordnung der produktpolitischen Planung
1. Von der Idee zum erfolgreichen Produkt
 - 1.1 Innovations-, Technologie- und F&E-Management
 - 1.2 Ideenmanagement und Kreativitätstechniken
 - 1.3 Wissensmanagement
2. Der Rahmen der produktpolitischen Planung
 - 2.1 Marketing und marketingpolitische Instrumente
 - 2.2 Produktmanagement und Produktplanung
 - 2.3 Forschung und Vorentwicklung
 - 2.4 Aufgaben der produktpolitischen Planung
3. Die produktpolitische Planung und der Produktentstehungsprozesses
 - 3.1 Überblick über den Produktentstehungsprozess
 - 3.2 Produktkonzept, Package und Design
 - 3.3 Projekt-, Termin-, Kosten- und Qualitätsplanung
 - 3.4 Zielrahmen, Zielkatalog und Zielvereinbarung
 - 3.5 Planung der Entwicklungs- und Fertigungstiefe, Lieferantenvorauswahl
 - 3.6 Standort-, Produktions- und Logistikkonzept
 - 3.7 Konzeption des Downstream-Prozesses

Die Schwerpunkte in den dargestellten Themen, die Reihenfolge der Themen sowie deren Detaillierungsgrade werden situativ im Laufe des Semesters angepasst, gegebenenfalls werden weitere, insbesondere aktuelle Themen aufgenommen.

Lehr-/Lernformen

Vorlesung, individuelles und gruppenbasiertes Bearbeiten von Fragestellungen mit gemeinsamer Lösungsdiskussion, gemeinsames Durchdenken von Fragen und Lösungen, Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen, vor- und nachbereitende Aufgaben, Selbststudium von Buchauszügen und Lerntexten.

Lehr-/Lernmethoden

Vgl. Lehr-/Lernformen, Frontalunterricht, fragende Entwicklung der Einzelinhalte, situativer Methodeneinsatz

Literatur/Lehrmaterial

Braess, H.-H., Seiffert, U.: Vieweg Handbuch Kraftfahrzeugtechnik. 7. Auflage, Wiesbaden (Vieweg) 2013.

Bratzel, S.: Automotive Innovations 2014. FHDW Center of Automotive Research, Bergisch-Gladbach,

2014.

Bratzel, S.; Tellermann, R.: Innovationen in der Automobilindustrie. Shaker Verlag Aachen, 2005.
 Breckner, C.: E-Innovationsmanagement in der Automobilindustrie. JOSEF EUL VERLAG GmbH Lohmar-Köln, 2004.
 Boutellier, R.; Gassmann, O.; Zedtwitz, M.: Managing Global Innovation : Uncovering the Secrets of Future Competitiveness. 3rd Edition, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2008.
 Brockhoff, K.: Produktpolitik. 4. Auflage, Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH Stuttgart, 1999.
 Bürgel, H. D.; Haller, D.; Binder, M.: F&E-Management. Verlag Franz Vahlen GmbH München, 1996.
 Diehlmann, G.: Vorentwicklungsmanagement in der Automobilzulieferindustrie. Europäische Hochschulschriften Band 2210, Peter Lang GmbH Europäischer Verlag der Wissenschaften Frankfurt/M., 1998.
 Ebel, B.; Hofer, M. B.: Automotive Management. 2. Auflage, Springer Verlag Berlin Heidelberg, 2014.
 Gochermann, J.: Kundenorientierte Produktentwicklung. WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA Weinheim, 2004.
 Herrmann, A.; Huber, F.: Produktmanagement. Gabler / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden, 2009.
 Higgins, J. M.; Wiese, G. G.: Innovationsmanagement. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1996.
 Lindemann, U.; Reichwald, R.; Zäh, M. F. (Hrsg.): Individualisierte Produkte. Springer Verlag Berlin Heidelberg, 2006.
 Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. 11. Auflage, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2012.
 Renner, D.: Marktorientiertes Produktmanagement. WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA Weinheim, 2006.
 Schaaf, A.: Marktorientiertes Entwicklungsmanagement in der Automobilindustrie. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH Wiesbaden, und Deutscher Universitäts-Verlag GmbH, Wiesbaden, 1999.
 Schlenker, F.: Internationalisierung von F&E und Produktentwicklung. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH Wiesbaden, und Deutscher Universitäts-Verlag GmbH, Wiesbaden, 2000.
 Vahs, D.; Behm, A.: Innovationsmanagement – Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 4. Auflage, Schaffer-Poeschel Verlag Stuttgart, 2013.
 VDA: Produktentstehung – Reifegradabsicherung für Neuteile. 2. überarbeitete Auflage, VDA-QMC, 2009.
 Wallentowitz, H.; Freialdenhoven, A.; Olschewski, I.: Strategien in der Automobilindustrie. Vieweg+Teubner / GWV Fachverlage Wiesbaden, 2009.
 Weber, J.: Automotive Development Processes. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2009.
 Weis, H. C.: Marketing. 16. Auflage, Friedrich Kiehl Verlag GmbH Ludwigshafen (Rhein), 2012.
 Weisz, A.: Lifecycle-Gestaltung in der Automobilindustrie: Ansatzpunkte für das Marketing und Evaluierung aktueller Strategien. J. Kovac Verlag, 2007.

Besonderes

- Gastreferenten im „Forum Automobilwirtschaft“ mit ausgewählten, praxisrelevanten Themen aus der Automobilwirtschaft

Organisation

ECTS-Punkte 2,66	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache Deutsch
Workload: 2,66 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 66,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz Ca. 35%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium Ca. 45%		Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 20%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P1M3.2	Titel der Lehrveranstaltung Produktinnovationen im Automobilbau
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Vgl. Ausführungen zu den Qualifikationszielen des Moduls

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

1. Elektrische und elektronische Einheiten bzw. Sicherheitseinrichtungen, insb. passive Insassensicherheit
 - 1.1 Biomechanische und verletzungsmechanische Grundlagen
 - 1.2. Umsetzung in der Fahrzeugtechnik
 - 1.2.1 Airbagfunktion allgemein
 - 1.2.2 Gurtfunktion/Gurtstraffer
 - 1.2.3 Fußgängerairbag
 - 1.2.4 HWS-Schutzsysteme
 - 1.2.5 Offsetoptimierung an Fahrzeugen
2. Antrieb bzw. Motor und Getriebe
3. Übertragung bzw. Fahrwerk
4. Fahrzeugaufbau bzw. Karosserie
5. Steuerungs- und Regeleinheiten

Aufgrund der hohen Innovationsgeschwindigkeit in der Automobilbranche werden die behandelten Themen situativ angepasst bzw. es können weitere, insbesondere aktuelle Themen in das Modulelement zu Lasten der dargestellten Inhalte aufgenommen werden.

Lehr-/Lernformen

Vorlesung, individuelles und gruppenbasiertes Bearbeiten von Fragestellungen mit gemeinsamer Lösungsdiskussion, Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen,, Exkursionen, Trainings

Lehr-/Lernmethoden

Vgl. Lehr-/Lernformen, Frontalunterricht, fragende Entwicklung der Einzelinhalte, situativer Methodeneinsatz, Gruppenpräsentationen, Lernspiel

Literatur/Lehrmaterial

Allen ME, Weir-Jones P, Motiuk DR et al.: Acceleration Perturbations of Daily Living – a comparison to Whiplash. Spine 19, pp. 1285-1290 (1994)

Basshuysen, R. v.: Fahrzeugentwicklung im Wandel. 1. Auflage, Vieweg+Teubner Verlag / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2010.

Bayerlein, W.: Praxishandbuch Sachverständigenrecht, 5. Auflage, Verlag C. H. Beck, 2015.

Braess, H.-H., Seiffert, U.: Vieweg Handbuch Kraftfahrzeugtechnik. 7. Auflage, Wiesbaden (Vieweg) 2013.

Buck/Krumbholz [Hrsg.]: Handbuch Sachverständigenbeweis im Verkehrsrecht, Nomos-Verlag, 2. Auflage 2013.

Burg, H., Moser, A.: Handbuch Verkehrsunfallrekonstruktion, 2. Auflage, Verlag Vieweg, 2009.

Erdmann H: Schleuderverletzung der Halswirbelsäule. Hippokrates Verlag, Stuttgart, 1973.

Ferner, W.: Handbuch Straßenverkehrsrecht, 3. Auflage, Nomos-Verlag 2006.

Geigl B C, Steffan H, Leinzinger P, Roll, Mühlbauer M, Bauer G: The Movement of Head and Cervical Spine during Rear End Impact.1994 IRCOBI, Proc., S. 127.

Großer W, Fürbeth V: Studie zur HWS-Verletzung. Verkehrsunfall 36 (1998) S. 90.

Gscheidle, R. u.a.:Fachkunde Kraftfahrzeugtechnik. 30. Auflage, Haan-Gruiten (Europa-Lehrmittel) 2013.

Haken, K.-L.:Grundlagen der Kraftfahrzeugtechnik. 4. Auflage, München (Hanser) 2015.

Matsushita T, Sato T B, Hirabayashi K, Fujimura S, Asazuma T, Takatori T: X-Ray Study of the Human Neck: Motion Due to Head Inertia Loading. 38th Stapp Car Crash Conference Proc.,1994, S. 55, (SAE-Paper 942208).

McConnell W E, Howard R P, Guzman H M, Bomar J B, Raddin J H, Benedict J V, Smith H L,Hatseil C P: Analysis of Human Test Subject Kinematic Responses to Low Velocity Rear End Impacts. SAE Int. Congr. and Expo, Detroit, 1993: Vehicle and Occupant Kinematics, p. 21 (SAE paper 930889).

Nielsen G.P., Gough J.P., Little D.M., West D.H., Baker V. T.: Human Subject Responses to Repeated Low Speed Impacts Using Utility Vehicles, Occupant Protection and Injury Assessment in the Automotive Crash Environment, SAE Int. Congress, Detroit, 1997 (SAE Paper 970394).

Ono K, Kaneoka K, Wittek A, Kajzer J (1997): Cervical Injury Mechanism Based on the Analysis of Human Cervical Vertebral Motion and Head-Neck-Torso Kinematics During Low Speed Rear Impacts. 41th Stapp Car Crash Conf. Proc. S. 339.

Rohen, J. W. et al.: Anatomie des Menschen, 6. Auflage, Verlag Schattauer, 2006.

Sacher, F.: Lexikon über Straßenverkehrsunfall- und Fahrzeugschaden, Verlag Ambis, 1. Auflage 1997.

Schindler, V.: Forschung für das Auto von Morgen: Aus Tradition entsteht Zukunft. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2008.

Stan, C.: Alternative Antriebe für Automobile. 3. Auflage, Berlin, Heidelberg (Springer) 2012.

Szabo Th J, Welcher J B: Human Subject Kinematics and Electromyographic Activity During Low Speed Rear-End Impacts. 40th Stapp Car Crash Conference Proc.,1996, (SAE-Paper 962432).

Szabo Th J, Welcher J B, Anderson R D, Rice M M, Ward, JA, Paulo L R, Carpenter N J: Human Occupant Kinematic Response to Low Speed Rear-End Impacts. SAE Int. Congr. and Expo., Detroit, 1994: Occupant Containment and Methods of Assessing Occupant Protection in the Crash Environment, p. 23 (SAE paper 940532).

Szyszkowitz, R., Schleifer, P.: Verletzungen der Wirbelsäule, Kongressbericht der 28. Jahrestagung der Österr. Gesellschaft für Unfallchirurgie, Verlag Hans Huber, Bern, 1992.

Wallentowitz, H.; Freialdenhoven, A.; Olschewski, I.: Strategien in der Automobilindustrie. Vieweg+Teubner / GWV Fachverlage Wiesbaden, 2009.

Aktuelle Fachzeitschriften

Besonderes

- Exkursionen und Teilnahme an verschiedenen Trainings

Organisation

ECTS-Punkte 2,66	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache Deutsch
Workload: 2,66 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 66,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz Ca. 35%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium Ca. 35%		Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 30%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P1M3.3	Titel der Lehrveranstaltung Prozessinnovationen und innovative Organisationsformen
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Vgl. Ausführungen zu den Qualifikationszielen des Moduls

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

1. Historische Entwicklung der Produktions- und Entwicklungssysteme
2. Toyota Production System (Lean Production)
 - 2.1 Philosophien und Paradigmen des Toyota Production Systems
 - 2.2 Methoden des Toyota Production Systems
 - 2.3 Lean Production und Qualität
 - 2.4 Branchenbeispiele
 - 2.5 I&K-Systeme in Produktion und Logistik
 - 2.6 Moderne Organisations- und Fabrikkonzepte
3. Toyota Development System (Lean Development)
 - 3.1 Philosophien und Paradigmen des Toyota Development Systems
 - 3.2 Methoden des Toyota Development Systems
 - 3.3 Branchenbeispiele
 - 3.4 I&K-Systeme in der Entwicklung
4. Lean Management
5. Moderne Fabrikkonzepte
6. Beispiele für Innovationen in Prozessen und Organisationen
 - 6.1 (Vor-)Entwicklung und Produktentstehungsprozess
 - 6.2 Beschaffung
 - 6.3 Produktion
 - 6.4 Logistik
 - 6.5 Qualitätsmanagement

Aufgrund der hohen Innovationsgeschwindigkeit in der Automobilbranche werden die behandelten Inhalte in den aufgeführten Themenblöcken den aktuellen Entwicklungen angepasst bzw. es können weitere, insbesondere aktuelle Themen in das Modulelement aufgenommen werden.

Lehr-/Lernformen

Vorlesung, gemeinsames Durchdenken von Fragen und Lösungen, Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen, vor- und nachbereitende Aufgaben, Selbststudium von Praxisbeispielen, Buchauszügen und Lerntexten, themenbezogene Gruppenarbeiten mit Präsentation, Exkursion

Lehr-/Lernmethoden

Vgl. Lehr-/Lernformen, Frontalunterricht, fragende Entwicklung der Einzelinhalte, situativer Methodeneinsatz, Gruppenpräsentationen, Lernspiel

Literatur/Lehrmaterial

Boyer, R.; Freyssenet, M.: Produktionsmodelle. edition sigma Berlin, 2003.
 Braess, H.-H., Seiffert, U.: Vieweg Handbuch Kraftfahrzeugtechnik. 7. Auflage, Wiesbaden (Vieweg) 2013.
 Bratzel, S.: Automotive Innovations 2014. FHDW Center of Automotive Research, Bergisch-Gladbach,

2014.

- Brunner, F. J.: Japanische Erfolgskonzepte. Carl Hanser Verlag München Wien, 2008.
- Cooper, R. G.; Edgett, S. J.: Lean, rapid, and profitable : new product development. Stage-Gate International, Ancaster, Ontario, 2005.
- Ebel, B.; Hofer, M. B.: Automotive Management. 2. Auflage, Springer Verlag Berlin Heidelberg, 2014.
- Eigner, M.; Stelzer, R.: Product Lifecycle Management. 2. Auflage. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2009.
- Erlach, K.: Wertstromdesign: Der Weg zur schlanken Fabrik. 2. Auflage, Springer Verlag Berlin Heidelberg, 2010.
- Feldhusen, J.; Gebhardt, B.: Product Lifecycle Management für die Praxis. 2. Auflage. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2008.
- Göpfert, I.: Logistik der Zukunft – Logistics for the Future. 6. Auflage, Gabler / GWV Fachverlage Wiesbaden, 2012.
- Goldratt, E. M.; Cox, J.: Das Ziel: Ein Roman über Prozessoptimierungen. 3. Auflage, Campus Verlag Frankfurt New York, 2002.
- Hammer, M.; Champy, J.: Business Reengineering: Die Radikalkur für das Unternehmen. Campus Verlag, 2003.
- Ihme, J.: Logistik im Automobilbau. Carl Hanser Verlag München Wien, 2006.
- Kinkel, S.; Zanker, C.: Globale Produktionsstrategien in der Automobilzulieferindustrie. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2007.
- Liker, J. K.; Meier, D. P.: Praxisbuch: Der Toyota Weg. FinanzBuch Verlag GmbH München, 2007.
- Liker, J. K.; Hoseus, M.: Die Toyota Kultur. FinanzBuch Verlag GmbH München, 2009.
- Morgan, J.; Liker, J.: The Toyota Product Development System: Integrating People, Process and Technology. Productivity Press, New York, NY, 2006.
- Ohno, T.: Das Toyota-Produktionssystem. Campus Verlag Frankfurt New York, 2009.
- Oosterwal, D. P.: The lean machine: how Harley-Davidson drove top-line growth and profitability with revolutionary lean product development. McGraw-Hill Professional, 2010.
- Reinertsen, D. G.: The Principles of Product Development Flow: Second Generation Lean Product Development. Celeritas Publishing, 2009.
- Romberg, A.: Schlank entwickeln, schnell am Markt : Wettbewerbsvorteile durch Lean Development. LOG_X Verlag GmbH, 2010.
- Rother, M.; Shook, J.: Sehen lernen. Lean Management Institut Aachen, 2004.
- Saaksvuori, A.; Immonen, A.: Product Lifecycle Management. 3. Auflage, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2008.
- Sendler, U.: Das PLM-Kompendium: Referenzbuch des Produktlebenszyklus-Managements. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2009.
- VDA-Empfehlung 5010: Standardbelieferungsformen der Logistik in der Automobilindustrie. Version 1.0, Verband der Automobilindustrie Frankfurt, 2008.
- Ward, A. C.: Lean product and process development. The Lean Enterprise Institute, Cambridge, Mass., 2007.
- Warnecke, H.-J.: Die Fraktale Fabrik. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1992.
- Womack, J.P.; Jones, D.T.: Lean Thinking. Campus Verlag Frankfurt New York, 2004
- Womack, J.P.; Jones, D.T.; Roos, D.: Die zweite Revolution in der Autoindustrie. 6. Auflage, Campus Verlag Frankfurt New York, 1992.
- BS OHSAS 18001:2007: Arbeits- und Gesundheitsschutz-Managementsysteme - Anforderungen, British Standards, 2007.
- Cassel, M.: ISO-TS 16949 - Qualitätsmanagement in der Automobilindustrie umsetzen. Carl Hanser Verlag München Wien, 2006.
- DIN EN ISO 9000, 9001, 9004, 14001, 19011: Alle Beuth Verlag, jeweils neueste Ausgabe.
- Kamiske, G. F.: Der Weg zur Spitze : Business excellence durch Total-Quality-Management; der Leitfaden. 2. Auflage, Carl Hanser Verlag München Wien, 2010.
- Kamiske, G. F.; Brauer, J.-P.: Qualitätsmanagement von A bis Z. 7. Auflage, Carl Hanser Verlag München Wien, 2011.
- Pfeiffer, T.; Schmitt, R.: Masing Handbuch Qualitätsmanagement, Carl Hanser Verlag München Wien, 6. Auflage, 2014.

Pfützinger, E.: Der Weg von DIN EN ISO 9000 zu Total Quality Management (TQM). Deutsches Institut für Normung, Beuth Verlag GmbH, Berlin, 2002.

Schmitt, R.; Pfeiffer, T.: Qualitätsmanagement: Strategien, Methoden, Techniken. 4. Auflage, Carl Hanser Verlag München Wien, 2010.

VDA: VDA Bände in der jeweils neuesten Auflage.

VDA-QMC: ISO TS 16949 Qualitätsmanagementsysteme – Besondere Anforderungen bei Anwendung von ISO 9001:2008 für die Serien- und Ersatzteilproduktion in der Automobilindustrie. 3. Ausgabe 2009-06-15

Zink, K. J.: TQM als integratives Managementkonzept. Carl Hanser Verlag München Wien, 2. Auflage, 2004.

Zollondz, H.-D.: Lexikon Qualitätsmanagement. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH München, 2001.

Zollonds, H.-D.: Grundlagen Qualitätsmanagement: Einführung in Geschichte, Begriffe, Systeme und Konzepte. 3. Auflage, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH München, 2011.

Aktuelle Fachzeitschriften

Besonderes

- Gastreferenten im „Forum Automobilwirtschaft“ mit ausgewählten, praxisrelevanten Themen aus der Automobilwirtschaft
- Exemplarisch werden Prozessinnovationen und innovative Organisationsformen durch studentische Gruppenarbeiten mit anschließender Präsentation dargestellt
- Exkursion

Organisation

ECTS-Punkte 2,66	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache Deutsch
Workload: 2,66 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 66,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz Ca. 35%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium Ca. 35%		Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 30%	

Modulbeschreibung

Code P2 M3	Modulbezeichnung P2M3 Dienstleistungsmarketing und Financial Services i.d. AuWi
----------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden haben

- die Fähigkeit, Dienstleistungen in der Automobilwirtschaft zu steuern und zu gestalten,
- die Fähigkeit, die für die Gestaltung von Dienstleistungen in der Automobilwirtschaft relevanten Theorien auf die Dienstleistungspraxis anzuwenden, um das Verhalten von Kunden und Servicepersonal besser verstehen und gestalten zu können,
- Kenntnisse der Methoden, mit denen die Interaktion mit dem Kunden innerhalb von Dienstleistungsprozessen gestaltet und gesteuert wird,
- einen Überblick über die Bedeutung der Gestaltung des sichtbaren Bereichs von Dienstleistungen in der Automobilwirtschaft und beherrschen die theoretischen Ansätze dieses Themenfeldes,
- die Fähigkeit, organisatorische Grundsätze der Gestaltung von Dienstleistungsprozessen anzuwenden

Inhalte

- Dienstleistungsmanagement
- Dienstleistungsmarketing
- und Financial Services i.d. AuWi

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

- Die Inhalte werden zumeist in klassischem Frontalunterricht sowie interaktiven Vorlesungen vermittelt. Darüber hinaus besteht das Seminar aus Vorträgen und Diskussionen mit den Studenten. Das Seminar beinhaltet eine Hausarbeit/Studienprojekt, welche im Rahmen des Lehrkonzepts Forschendes Lernen erstellt wird. Verschiedene Lerninhalte sind im Eigenstudium zu erarbeiten.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Betriebswirtschaftlichen Grundlagen werden vorausgesetzt.
Vorbereitung für das Modul	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
100 Punkte	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Wolfram Sopha		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 6
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 90	Vor- /Nachbereitung/Selbststudium 110	Aufgaben/Gruppenarbeit 0

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
P2 M3.1	Dienstleistungsmarketing
P2 M3.2	Dienstleistungsmanagement
P2 M3.3	Financial Services

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P2M3	Titel der Lehrveranstaltung Dienstleistungsmarketing
---------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	Kennen / Verstehen	Anwenden auf Fragestellung	Übertragen auf neuartige Fragestellung
System	Kennen / Verstehen	Anwenden auf komplexe Systeme	Übertragen auf unbekannte Systeme
Selbst	Kennen / Verstehen	Anwenden auf eigenes Verhalten	Einstellungen und Verhaltensweisen ändern
Sozial	Kennen / Verstehen	Anwenden auf alltägliche soziale Situationen	Andere anleiten Verantwortung übernehmen

Inhalte

Darlegung der Bedeutung des Dienstleistungsmarketing für die Automobilwirtschaft. Identifizierung von Dienstleistungen anhand ihrer konstitutiven Merkmale. Darlegung der wechselseitigen Beziehungen zwischen den Merkmalen von Dienstleistungen und den marketingrelevanten Entscheidungen in der Unternehmenspraxis. Ansätze zur Messung und Beeinflussung der Dienstleistungsqualität.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis, Übungen zu den strategischen Fragestellungen im Rahmen der Vermarktung von Dienstleistungen.

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Literatur/Lehrmaterial

- Bopp, R. (2011). *Wertschöpfungsstrukturen in der Automobilwirtschaft*. Geislingen: HfWU.
- Brachat, H. (2009). *Autohaus Management 2015*. München: Autohaus Verlag.
- Bruhn, M. (2015). *Relationship Marketing. Das Management von Kundenbeziehungen*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Bruhn, M. (2012). *Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Dienstleistungsmarketing, online im Internet*. Abgerufen am 23. April 2012 von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/769/dienstleistungsmarketing-v8.html>
- Diez, W., & Freudenthaler, M. (2011). *Führt Kundenzufriedenheit zu einer höheren Profitabilität im Automobilhandel?* Geislingen: Institut für Automobilwirtschaft.
- Diez, W., & Merten, F. (2006). *Der Zusammenhang zwischen Preisnachlässen und Kundenzufriedenheit*. Geislingen: Institut für Automobilwirtschaft.
- Diez, W., Reindl, S., & Brachat, H. (2005). *Grundlagen der Automobilwirtschaft*. München: Auto Business Verlag.
- Haller, S. (2010). *Dienstleistungsmanagement*. Wiesbaden: Gabler GWV Fachverlage.
- Meffert, H., & Bruhn, M. (2009). *Dienstleistungsmarketing*. Wiesbaden: Gabler GWV Fachverlage GmbH.
- Sauer, M. (2010). *Der Autohaus-Chef*. München: Springer Automotive Media.
- Kundenbeziehungsmanagement : Leitfaden zur Kundenintegration und wissensbasierten Einsatz von Service, Logistik und E-Technologien / Horst Wildemann, München : TCW, 2005
- Freter, H. (1983). *Marktsegmentierung*. Stuttgart: Kohlhammer-Verlag.
- Kraftfahrzeuggewerbe, Z. D. (2004-2012). *Zahlen & Fakten*. Bonn: ZDK.
- Meunzel, R., & Brachat, H. (2006). *Die Stimme der Branche - 50 Jahre Autohaus*. München: Auto Business Verlag.
- Reindl, S. (2011). *IFA HandelsMonitor 2011*. Geislingen: Institut für Automobilwirtschaft.

- Reindl, S., & Freudenthaler, M. (2010). Customer Challenge. Freiburg: CG Car-Garantie Versicherungs-AG.

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS 2	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache deutsch
Workload:				
Präsenz 30	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40		Aufgaben/Gruppenarbeit	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P2M3	Titel der Lehrveranstaltung Dienstleistungsmanagement
---------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	Kennen / Verstehen	Anwenden auf Fragestellung	Übertragen auf neuartige Fragestellung
System	Kennen / Verstehen	Anwenden auf komplexe Systeme	Übertragen auf unbekannte Systeme
Selbst	Kennen / Verstehen	Anwenden auf eigenes Verhalten	Einstellungen und Verhaltensweisen ändern
Sozial	Kennen / Verstehen	Anwenden auf alltägliche soziale Situationen	Andere anleiten Verantwortung übernehmen

Inhalte

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis der Automobilindustrie, Übungen zu den strategischen Konzepten im Rahmen des Dienstleistungsmanagements

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis der Automobilindustrie, Übungen zu den strategischen Konzepten

Literatur/Lehrmaterial

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS 2	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache deutsch
Workload:				
Präsenz 30	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40		Aufgaben/Gruppenarbeit	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P2M3	Titel der Lehrveranstaltung Financial Services
---------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	Kennen / Verstehen	Anwenden auf Fragestellung	Übertragen auf neuartige Fragestellung
System	Kennen / Verstehen	Anwenden auf komplexe Systeme	Übertragen auf unbekannte Systeme
Selbst	Kennen / Verstehen	Anwenden auf eigenes Verhalten	Einstellungen und Verhaltensweisen ändern
Sozial	Kennen / Verstehen	Anwenden auf alltägliche soziale Situationen	Andere anleiten Verantwortung übernehmen

Inhalte

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis der Automobilindustrie, Übungen zu den strategischen Konzepten im Rahmen des Kurses Financial Services

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis der Automobilindustrie, Übungen zu den strategischen Konzepten

Literatur/Lehrmaterial

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS 2	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache deutsch
Workload:				
Präsenz 30	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40		Aufgaben/Gruppenarbeit 0	

Modulbeschreibung

Code P1P2M4	Modulbezeichnung P1P2M4 Controlling in der Automobilwirtschaft
------------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele Die Studierenden erlernen die vielfältigen operativen und strategischen Aufgaben des Industrie- und Handelscontrolling. Die Anwendung in zahlreichen Fallbeispielen schärft das Verständnis für Konzepte und Zusammenhänge.</p> <p>Desweiteren werden ausgewählte Fragestellungen des Controllings erarbeitet und anhand von realen Unternehmensdaten mit Branchenbezug vertieft. Erlerntes aus den beiden anderen Teilmodulen zu Controllingkonzepten des Handels und der Industrie ist anzuwenden. Aktuelle Jahresabschlüsse werden dafür analysiert und beurteilt. Ergänzend werden Unterlagen aus Websites und weiteren verfügbaren Quellen herangezogen.</p> <p>Ein besonderer Fokus liegt auf praxisrelevanten Ratingkonzepten und entsprechenden Ansätzen des Risikocontrolling.</p>
<p>Inhalte insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Controllingkonzepte für die Industrie • Controllingkonzepte für den Handel • Ausgewählte Controllingthemen, insbesondere zum Risikocontrolling
<p>Lehr-/Lernformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung (lecture) • Übungen (exercises) • Fallstudien (business cases) • Lernteam-Coaching

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Kenntnisse des Grundlagenstudiums
Vorbereitung für das Modul	Für diese einführende Veranstaltung ist keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Grundlagenstudium VI.5/VII.5 Strategische und operative Unternehmensführung
Einsatz in anderen Studiengängen	Diese Veranstaltung ist studiengangspezifisch konzipiert.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p>Inhalte</p> <p>Ausgehend von der These, dass in der Regel das Oberziel eines Unternehmens in der eigenen Existenzsicherung besteht, unterstützt das Controlling alle Managementprozesse und -funktionen, um die Zielerreichung optimal zu erreichen. Damit wird die ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit angesprochen.</p>
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(120)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Stefan Reindl		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 6
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 33,3 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 26,7 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 40 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
P1P2M4.1	Controllingkonzepte für die Industrie
P1P2M4.2	Controllingkonzepte für den Handel
P1P2M4.3	Ausgewählte Themen im Controlling

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P1P2M4.1	Titel der Veranstaltung Controllingkonzepte für die Industrie
-------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	Rechnungswesen Grundlagen der strategischen und operativen Planung	Analytisches Denkvermögen	Einordnen des Vorlesungsinhaltes in die Betriebswirtschaftliche Unternehmenssteuerung
System			
Selbst			Einordnen des Controllings in die Führungskonzeption von Unternehmen
Sozial		Gruppenarbeit mit Präsentationserfahrung	

Inhalte

- Organisation des Controllings
- Wertorientiertes Controlling
- Investitionscontrolling: Erweiterungen
- Kostencontrolling I: Target Costing
- Kostencontrolling II: Prozesskostenrechnung
- Kostencontrolling III: Plankostenrechnung
- Projektcontrolling
- Performance Measurement

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden

- Vorlesung (lecture)
- Übungen (exercises)
- Fallstudien (case studies)

Literatur/Lehrmaterial

- Behringer, Stefan: Konzerncontrolling. 2. Auflage, Wiesbaden 2014
- Britzelmaier, Bernd: Controlling: Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder. London-München 2013
- Hahn Dietger und Hungenberg, Harald: PuK - Planung und Kontrolle, Planungs- und Kontrollsysteme, Planungs- und Kontrollrechnung. 6. Auflage, Wiesbaden 2014
- Horváth, Péter: Controlling. 12. Auflage. München 2011
- Küpper, Hans-Ulrich und Wagenhofer, Alfred (Hrsg.): Handwörterbuch Unternehmensrechnung und Controlling, 4. Auflage, Stuttgart 2002
- Peemöller, Volker: Controlling: Grundlagen und Einsatzgebiete, 5. Auflage, Herne / Berlin 2005
- Preißner, Andreas: Praxiswissen Controlling, 4. vollständig überarbeitete Auflage, München / Wien 2005
- Reichmann, Thomas: Controlling mit Kennzahlen und Management-Tools: Die systemgestützte Controlling-Konzeption, 7. Auflage, München 2006
- Schmid-Gundram, Ralf: Controlling-Praxis im Mittelstand. Wiesbaden 2013

- Weber, Jürgen und Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling. 14. Auflage, Stuttgart 2014
-

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS 2	Gruppeneinteilung teilweise	Empfohlenes Fachsemester 6 / 7	Sprache deutsch
Workload:				
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 40 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P1P2M4.2	Titel der Veranstaltung Controllingkonzepte für den Handel
-------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Controlling-System von Autohausunternehmen. • Grundlagen Kennzahlenmanagement • Grundlagen Balanced Scorecard als strategisches Controlling-Instrument zur ganzheitlichen Planung, Steuerung und Kontrolle von Autohausunternehmen. • Schritte der praktischen Umsetzung (Einführung und Adaption einer Balanced Scorecard für Autohausunternehmen). • Kennzahlen-Management mit dem Balanced Scorecard-Ansatz in den einzelnen Profit-Bereichen (Scope: Autohaus gesamt, Neuwagenvertrieb, Gebrauchtwagenvertrieb, Kundendienst, Teiledienst). • Fallstudie (Gruppenarbeit) „Führen mit Kennzahlen im Autohaus“. Maßnahmenableitung und -priorisierung unter Einbeziehung des Balanced Scorecard-Ansatz. • Organisation von Autohausunternehmen: Organisations- und Führungsstrukturen / Betriebs- und Standortstrukturen. 			
Lehr-/Lernformen			
<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung mit Übungen 			
Lehr-/Lernmethoden			
<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung (lecture) • Lerntexte (text studies) • Übungen (exercises) • Fallstudien (case studies) 			
Literatur/Lehrmaterial			
<ul style="list-style-type: none"> • Horváth & Partners, Das Controllingkonzept - Der Weg zu einem wirkungsvollen Controllingsystem, 7., vollständig überarbeitete Auflage 2009 • Horváth & Partners, Balanced Scorecard umsetzen, 2. überarbeitete Auflage, 2001 • Müller, Armin, Strategisches Management mit der Balanced Scorecard, 2. überarbeitete Auflage 2005 • Gleich, R., Balanced Scorecard, 1. Auflage 2012 • Uebel, Matthias, u.a., Balanced Scorecard und Controlling, 1. Auflage 2003 • Rechnungswesen und Controlling für Automobilkaufleute, 5. Auflage von 2007 • Herke, Martin Dieter, Autohaus-Finanzmanagement, 2. Auflage 2002 • Brachat, Hannes, u.a., Autohaus Management 2015, 3. Auflage 2009 • Diez, Willi, u.a., Grundlagen der Automobilwirtschaft, 5. Auflage 2012 • Ermschel, Ulrich, Die Autohaus-Zukunft, 1. Auflage 2011 			

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS 2	Gruppeneinteilung teilweise	Empfohlenes Fachsemester 6 / 7	Sprache deutsch
Workload:				
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

VI./VII.4.3	Ausgewählte Themen im Controlling
-------------	-----------------------------------

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Die Vorlesung vertieft einige Schwerpunkte des Risiko- und Chancenmanagements im Controlling

1. Grundlegendes Verständnis für Risiken/Chancen im Alltag und im Unternehmen
2. Grundlegendes Verständnis für individuellen Umgang mit Risiken
3. Berechnung der Kenngrößen zur Risikobewertung, z.B. Erwartungswert, Standardabweichung, Value at Risk, Korrelationskoeffizient
4. Rechtliche Rahmenbedingungen für das Risikomanagement und Konsequenzen für Hersteller, Zulieferer, Autobanken und Autohandel
5. Risikomanagement als Teil eines wertorientierten Controllingkonzeptes
6. Aufgabe und Arbeitsweise von Ratingagenturen
7. Auswertung von Fallbeispielen:
 - Das Prinzip der Risikodiversifikation
 - Analyse von strategischen, finanziellen, operativer Risiken
 - Währungsmanagement: Financial und Natural Hedging
 - Ermittlung von Risikokosten und Berechnung des Risikokapitals
 - Rating von Privatpersonen und Firmenkunden

Die Kapitel 1-6 sind als interaktive Vorlesungen konzipiert. Hier werden die Grundlagen des Risikomanagements im Controlling erarbeitet bzw. aufgefrischt. Die Studierenden sind angehalten die angebotenen Themen selbständig, auch rechnerisch zu bearbeiten. Die Fallbeispiele (Kap.8) sind als Gruppenarbeiten konzipiert, die im Unterricht erarbeitet und besprochen werden.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

- Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

- Vorlesung, Lernzielüberwachung
- Fallstudien (case studies)

Literatur/Lehrmaterial

Price Waterhouse Coopers PWC: Krise. Risiko, Management, Januar 2010

Romeike, Frank: Nicht der Blick in den Rückspiegel ist entscheidend, in: Rating Aktuell, Heft 2/2005, S.22-27

Sommerfeld, Holger: Vom KonTraG zum wertorientierten Risikomanagement, in FB News, 10/2007

Stenner, Frank: Giftiger Kredit-Cocktail: Die Finanzkrise und ihre Auswirkungen auf die automobilen Finanzdienstleistungen, in: Autohaus Heft 21/2008, 52. Jahrgang. 10/11/08, S.24-25

Stenner, Frank : Praktische Überlegungen zum Risikomanagement in Industrieunternehmen, in: Risikomanager, Heft 13 2010, S. 18 -14

Stenner, Frank: Bessere Noten für den Handel, in: kfz-betrieb, Heft 44, 2010, S. 44-45

Aktuelle Veröffentlichungen zu Rating und Risikomanagement sowie die jeweils aktuellen Risikoberichte/Lageberichte der untersuchten Unternehmen

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS 2	Gruppeneinteilung teilweise	Empfohlenes Fachsemester 6 / 7	Sprache deutsch
Workload:				
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Modulbeschreibung

Code P1P2M5	Modulbezeichnung P1P2M5 Managementfunktionen und -prozesse
-----------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Die Studierenden erlernen die vielfältigen operativen und strategischen Aufgaben und Betrachtungsebenen der Unternehmensführung. Die Anwendung in zahlreichen Fallbeispielen schärft das Verständnis für Konzepte und Zusammenhänge.

Geschäftsprozesse werden aus organisatorischer, technischer und finanzieller Perspektive umfassend betrachtet und beurteilt. Damit wird eine Kernkompetenz heutiger Wirtschaftswissenschaftler erworben.

Wissen über Geschäftsprozessmanagement hinsichtlich der IT-gestützten Unternehmens- und Prozessmodellierung wird erlangt und somit Excellence in modernen Management-Konzepten erworben.

Inhalte

insbesondere

- Grundlagen und Erweiterungen zur strategischen und operativen Unternehmensführung
- Grundlagen und Vertiefungen zum Geschäftsprozess-Management
- Grundlagen und Vertiefungen zur IT-gestützte Unternehmens- und Prozessmodellierung

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung (lecture)
- Übungen (exercises)
- Fallstudien (business cases)
- Lernteam-Coaching

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Kenntnisse des Grundlagenstudiums
Vorbereitung für das Modul	Für diese einführende Veranstaltung ist keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Grundlagenstudium VI.4/VII.4 Controlling in der Automobilwirtschaft
Einsatz in anderen Studiengängen	Diese Veranstaltung ist studiengangspezifisch konzipiert.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Ausgehend von der These, dass in der Regel das Oberziel eines Unternehmens in der eigenen Existenzsicherung besteht, müssen alle Managementprozesse und -funktionen auf eine Weise gestaltet werden, dass die Zielerreichung optimal unterstützt wird. Das St. Galler Management-Modell bietet eine ideale Basis, um die ökonomischen, sozialen und ökologischen Perspektiven der Nachhaltigkeit einzuordnen.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(120)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Alfred Stöber		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 6
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 36,7 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 31,7 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 31,6 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
P1P2M5.1	Strategische und operative Unternehmensführung
P1P2M5.2	Geschäftsprozess-Management
P1P2M5.3	IT-gestützte Unternehmens- und Prozessmodellierung

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P1P2M5.1	Titel der Veranstaltung Strategische und operative Unternehmensführung
-------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Das neue St. Galler Management-Modell als genereller Denkraum der Unternehmensführung – state of the art • Nachhaltige und wertorientierte Unternehmensführung • Management strategischer Wettbewerbsvorteile • Unternehmensführung als Handwerk • Entscheidungsorientierte Unternehmensführung • Aspekte der Unternehmensführung im Lichte der Hidden Champions • Von gemeinnützigen Organisationen lernen • Empfehlungen erfolgreicher Unternehmensleiter an Nachwuchskräfte 			
Lehr-/Lernformen			
<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung mit Übungen 			
Lehr-/Lernmethoden			
<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung (lecture) • Übungen (exercises) • Fallstudien (case studies) • Präsentationen (Presentation) 			
Literatur/Lehrmaterial			
<ul style="list-style-type: none"> • Bamberg, G., & Coenenberg, A. G.: Entscheidungslehre , 14. Ausgabe, München 2008 • Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, 5. Auflage, Frankfurt am Main/New York 1999 • Coenenberg, A. G., Salfeld, R.: Wertorientierte Unternehmensführung, 2. Auflage, Stuttgart 2007 • Drucker, P. F.: Was ist Management? Das Beste aus 50 Jahren, 3. Auflage, Berlin 2005 • Fisher, R., Ury, W., Patton, B.: Das Harvard-Konzept, 23. Auflage, Frankfurt/New York 2009 • Gigerenzer, G.: Bauchentscheidungen, 6, Auflage, München 2007 • Hungenberg, H., Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, 3. Auflage, Berlin/Heidelberg/New York 2007 • Macharzina, K., Wolf, Joachim: Unternehmensführung, 6. Auflage, Wiesbaden 2008 • Malik, F.: Management, Das A und O des Handwerks, Frankfurt 2005 • McCormack, Mark H.: Was Sie an der Harvard Business School nicht lernen, München 1991 • Rappaport, A.: Shareholder Value, 2. Auflage, Stuttgart 1999 • Rosenstiel, Lutz von, Regnet, Erika, Domsch, Michel (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, 2. Auflage, Stuttgart 1993 • Rüegg-Stürm, Johannes: Das neue St. Galler Management-Modell, 2., durchgesehene Auflage, Bern, Stuttgart, Wien 2002 • Simon, H.: Hidden Champions des 21. Jahrhunderts, Frankfurt/New York 2007 • Simon, H.: Wettbewerbsvorteile und Wettbewerbsfähigkeit, Stuttgart 1988 			

- Ulrich, P., Fluri, E.: Management, 7. Auflage, Stuttgart 1995

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS 2	Gruppeneinteilung teilweise	Empfohlenes Fachsemester 6 / 7	Sprache deutsch
Workload:				
68 Stunden mit folgender Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 40 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P1P2M5.2	Titel der Lehrveranstaltung Geschäftsprozess-Management
-------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Die Studierenden sind in die Lage, Geschäftsprozesse aus organisatorischer, technischer und finanzieller Perspektive umfassend zu betrachten und zu beurteilen und erwerben eine Kernkompetenz heutiger Wirtschaftswissenschaftler.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Geschäftsprozesse und Geschäftsprozessmanagement
 - Strategieorientierung in Geschäftsprozessen
 - Geschäftsprozessmanagement und Informationstechnologie
 - Geschäftsprozessmanagement und Qualitätsmanagement
- Organisation von Geschäftsprozessen
 - Identifikation, Gestaltung und Beschreibung von Geschäftsprozessen
 - Organisation des Geschäftsprozessmanagements
 - Aufbauorganisatorische Verankerung des Geschäftsprozessmanagements
- Steuerung und Kontrolle von Geschäftsprozessen
- Optimierung von Geschäftsprozessen
 - Business Process Reengineering
 - Methoden der kontinuierlichen Prozessverbesserung

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien
- Learnteam-Coaching

Lehr-/Lernmethoden

siehe Lehr-/Lernformen

Literatur/Lehrmaterial

Becker, J., Kugler, M., Rosemann, M.: Prozessmanagement – Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, 5. Auflage, Berlin (Springer) 2005

Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, 5. Auflage, Wiesbaden (Vieweg) 2008

Krcmar, H.: Informationsmanagement, 4. Auflage, Berlin (Springer) 2005

Kroslid, D. u.a.: Six Sigma umsetzen, 2. Auflage, München (Hanser) 2004

Picot, A., Reichwald, R., Wigand, R.T.: Die grenzenlose Unternehmung – Information, Organisation und Management, 5. Auflage, Wiesbaden (Gabler) 2003

Schmelzer, H. J., Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis - Kunden zufrieden stellen - Produktivität steigern - Wert erhöhen, 8. Auflage, München (Hanser) 2013

Voß, S.; Gutenschwager, K.: Informationsmanagement, Berlin (Springer) 2001

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache deutsch
Workload: 66 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code P1P2M5.3	Titel der Lehrveranstaltung IT-gestützte Unternehmens- und Prozessmodellierung
-------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele

Die Studierenden vertiefen ihr Wissen über Geschäftsprozessmanagement hinsichtlich der IT-gestützten Unternehmens- und Prozessmodellierung und erlangen somit selbst Excellence in modernen Management-Konzepten.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Prozessmodellierung: Methodisches Vorgehen
 - Vorbereitung der Prozessmodellierung (Modelltypen, Modellierungswerkzeuge)
 - Ist-Modellierung und Ist-Analyse
 - Soll-Modellierung und Prozessoptimierung
- ARIS: Architektur Integrierter Informationssysteme: Grundlagen und Bedienung
 - Allgemeines Prozessmodell mit Beschreibungssichten
 - Funktionssicht (mit Übungsbeispiel)
 - Datensicht (mit Übungsbeispiel)
 - Organisationssicht (mit Übungsbeispiel)
 - Steuerungs-(Prozess-)sicht (mit Übungsbeispiel)
 - Beschreibungsebenen
 - Fallstudie

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien
- Learnteam-Coaching

Lehr-/Lernmethoden

siehe Lehr-/Lernformen

Literatur/Lehrmaterial

- Allweyer, T.: Geschäftsprozessmanagement, Witten (W3I) 2005
- Becker, J. , Kugler, M., Rosemann, M.: Prozessmanagement – Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, 5. Auflage, Berlin (Springer) 2005
- Freund, J., Rücker, B.: Praxishandbuch BPMN 2.0, 4 Auflage, München (Hanser) 2014
- Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, 5. Auflage, Wiesbaden (Vieweg) 2008
- Scheer, A.-W.: ARIS - Modellierungs-Methoden, Metamodelle, Anwendungen, 4. Auflage, Berlin (Springer) 2001

Schwab, J.:	Geschäftsprozessmanagement mit Visio, ViFlow und MS Projekt, 3. Auflage, München (Hanser) 2013
Seidlmeier, H.	Prozessmodellierung mit ARIS - Eine beispielhafte Einführung für Studium und Praxis, 4. Auflage, Wiesbaden (Vieweg) 2015
Besonderes	

Organisation

ECTS-Punkte	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache deutsch
Workload: 66 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 35 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 35 %	

Modulbeschreibung

Code EM1	Modulbezeichnung EM1 International Management
---------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Studierende aller Studiengänge sind darauf vorbereitet, Aufgaben mit internationaler Ausrichtung in allen Branchen und in allen betrieblichen Funktionen zu übernehmen bzw. ihre akademische Laufbahn fortzusetzen.

Absolventen aller Studiengänge sind in der Lage,

- Strukturen und Prozesse des strategischen Managements in ihrer Komplexität zu erkennen, sie angemessen zu (bewerten) beurteilen und sie begründet an Veränderungen der Märkte anzupassen.
- die wesentlichen Ideen und Prinzipien des strategischen Managements zu präsentieren
- die Instrumente des strategischen Managements vergleichend beurteilen und anwenden zu können
- den Einsatz der Instrumente des strategischen Managements im Hinblick auf spezifische Kontexte der Organisation kritisch zu reflektieren sowie zu verändern
- die wesentlichen Unterschiede in der strategischen Ausrichtung einschätzen und bewerten zu können im Vergleich zwischen einem stärker national und einem stärker international agierenden Unternehmen
- die Besonderheiten des globalen Wettbewerbs darzustellen
- vielfältige Aspekte internationaler Personalarbeit zu thematisieren, sie bezüglich ihrer Bedeutung einordnen zu können und Konsequenzen von Entscheidungen mit internationaler Ausrichtung zu erkennen.
- zu erläutern, welche Anforderungen heute an internationale Personalarbeit gestellt wird
- die wesentlichen Ideen und Konzepte des IHRMs zu präsentieren
- die Strategien und Maßnahmen des IHRMs einzuordnen, ihre Komplexität zu erkennen, zu beurteilen und einzusetzen
- die wesentlichen Unterschiede in der strategischen Ausrichtung der Personalarbeit einschätzen und bewerten zu können im Vergleich zwischen verschiedenen stark international agierenden Unternehmen
- die Besonderheiten der Bedeutung kultureller und regionaler Rahmenbedingungen zu thematisieren
- Internationalisierungsstrategien, Markteintrittsstrategien und Vorgehensweise bei der Einführung zu kennen und beurteilen zu können
- die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Internationalisierungsstrategien abwägen zu können und Vorschläge für die Umsetzung geplanter Internationalisierungsmaßnahmen machen zu können.

Inhalte

Strategisches Management und seine Bedeutung, Instrumente

IHRM und seine wachsende Bedeutung bei multinationalen und transnationale Unternehmen, strategische Ausrichtung, Organisation und Funktionen; Führung internationaler Teams, Internationalität in nationalen Unternehmen

Internationalisierungsstrategien (der Zeit nach, der Stufe nach, der Region nach)

Lehr-/Lernformen

Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode, Präsentationen, Fallstudien, Gruppenarbeiten, Diskussionen, Übungen

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Lerninhalte auf Englisch erfassen und sich entsprechend ausdrücken können
Vorbereitung für das Modul	Englischkenntnisse

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Englischvorlesungen im 1. – 3- Semester IV 6.2 Intercultural Management V Praxissemester und VII Bachelorarbeit C 2 – 5 Module des Internationalen Managements
Einsatz in anderen Studiengängen	Studiengangübergreifendes Modul, das als Wahlpflichtmodul von allen Studiengängen der Hochschule belegt werden kann (lt. SPO)

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Strategieentwicklung beinhaltet immer den Fokus der Nachhaltigkeit auf ökologischer, ökonomischer und sozialer Ebene.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (120 min)	100 %

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Horst Blumenstock		
Modulart Vorlesung	Turnus Jedes Semester	Dauer Ein Semester
Zulassungsvoraussetzungen Grundstudium	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 6
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 67,5 Stunden	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 87,5 Stunden	Aufgaben/Gruppenarbeit 45 Stunden

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
EM1.1	Strategic Management
EM1.2	International Human Resource Management
EM1.3	Internationalization Strategies

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code EM1.1	Titel der Lehrveranstaltung Strategic Management
----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Aufgaben und Inhalte von Management• Ansätze zur Strategieentwicklung• Elemente und Bedeutung von Unternehmenskultur• Erfolgsfaktoren von Märkten und Kernkompetenzen von Unternehmen• Erfolgsfaktoren der erfolgreichen Unternehmensführung• Instrumente der operativen und strategischen Steuerung• Strategieansätze im nationalen und internationalen Kontext• Besonderheiten multinationaler Unternehmen• Instrumente und Maßnahmen der strategischen Unternehmensführung im globalen Umfeld			
Lehr-/Lernformen Vorlesung interaktiv			
Lehr-/Lernmethoden Vortrag, Gruppenarbeit, Fallstudien, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial: Barney, J. B., Hesterly, W. S.: Strategic Management and Competitive Advantage, New Jersey 2012 Boxhall, P., Purcell, J., Wright, P.: The Oxford Handbook of Human Resource Management, New York 2012 Campell, D., Stonehouse, G., Houston, B.: Business Strategy, Oxford 2008 Kotler, P., Berger, R., Bickhoff, N.: The Quintessence of Strategic Management, London 2008 Mintzberg, H.: Strategy Safari: a guided tour through the wilds of strategic management, New York 2002 Stern, J. M., Shiely, J. S.: The EVA Challenge, New York 2001			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache Englisch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code EM1.2	Titel der Lehrveranstaltung International Human Resource Management
----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
1 Introduction			
2 IHRM Strategies and Structures			
3 Staffing			
4 Personnel Development (Talent Management, Performance Appraisal)			
5 Remuneration			
6 IHR Risk Management			
7 Diversity Management			
8 IHRM features in M & A			
9 Leadership			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung interaktiv mit Übung			
Lehr-/Lernmethoden			
Vortrag, Diskussionen, Übungen, Fallanalysen, Gruppenarbeit, Referate			
Literatur/Lehrmaterial			
Armstrong, A.: Armstrong's handbook of Human Resource Management practices. 11th ed., London 2009			
Bartlett, C.; Beamish, P.: Transnational Management. Columbus 2010			
Dowling, P.; Festing, M., Engle, A.: International human resource management. 5th ed., Andover 2008			
Festing, M.; Dowling, P., Weber, W.; Engle, D.: Internationales Personalmanagement. 3rd ed., Wiesbaden 2011			
Kumar, B.N.; Wagner, D. [Hrsg.]: Handbuch des internationalen Personalmanagements. München 1998			
Stahl, G. K., Mayrhofer, W., Kühlmann, T. M. (Eds.): Internationales Personalmanagement. neue Aufgaben, neue Lösungen, München and Mering 2005			
Scherer, E.: Internationales Personalmanagement, München 1999			
Besonderes			
Internationale Gastdozenten von Partnerhochschulen			

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache Englisch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code EM1.3	Titel der Lehrveranstaltung Internationalization Strategies
----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte In this course, the students will revisit their knowledge of international market entry strategies and apply it to a comprehensive case. The case involves choosing market attractiveness criteria, applying instruments for choosing the most promising markets as well as selecting a suitable market entry strategy and evaluating potential partners.			
Lehr-/Lernformen The students will take the role of a management consultant and work in groups on this case. After working on the solutions under time pressure, they will present their results to a "client" and defend their recommendations. Thus, the course will help students improving not only their strategic skills but also team work as well as presentation skills.			
Lehr-/Lernmethoden Case Study			
Literatur/Lehrmaterial Maufette-Leenders / Erskine / Leenders (1997): Learning with cases, second edition, Ivey Publishing, London/Ontario			
Besonderes The course will be held as a compact course (not weekly), most probably on one or two weekends. This allows to evoke the feeling of a real life consulting project.			

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache Englisch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz inkl. Gruppenarbeit 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 55 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %	

Modulbeschreibung

Code EM2	Modulbezeichnung EM2 Intercultural communication and business behavior
--------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Students are to gain an understanding of cultural identity/identities in order to communicate successfully in formal intercultural business settings. The goal is to improve the English language skills to enable students to negotiate in English, improve their non-verbal communication and to make them familiar with international business etiquette and the effect of different cultures.
Inhalte Students in this course get comprehensive English language training for different business purposes. They learn how to negotiate in English across different cultures, applying the method of the Harvard Concept and use negotiating terms, phrases, and expressions. The students learn and practise the organisation and communication skills required in an environment with international business partners in different role plays. The course emphasises on cultural sensitivity in business and communicating across cultures with the help of rhetoric, style and body language. The students read articles on selected topics from relevant periodicals to evaluate and discuss the content.
Lehr-/Lernformen Role plays, lectures, presentations, discussions

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Lerninhalte auf Englisch erfassen und sich entsprechend ausdrücken können
Vorbereitung für das Modul	Englischkenntnisse Online-Kurs: Intercultural Management, insb. für Studierende, die aus anderen als dem automobilwirtschaftlichen Studiengang kommen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Englischvorlesungen im 1. – 3- Semester IV 6.2 Intercultural Management V Praxissemester und VII Bachelorarbeit C 1, 3 – 5 Module des Internationalen Managements
Einsatz in anderen Studiengängen	Studiengangübergreifendes Modul, das als Wahlpflichtmodul von allen Studiengängen der Hochschule belegt werden kann (lt. SPO)

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Reading respective articles, using the topic in negotiations

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90 min)	50 %
Ha	35 %
R	15 %

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Gunda Neubauer		
Modulart Vorlesung	Turnus Jedes Semester	Dauer Ein Semester
Zulassungsvoraussetzungen Grundstudium	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 6
Workload 8 x 25 Stunden = 200 Stunden, mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 33,75 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 37,5 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 28,75 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
EM2.1	Business English
EM2.2	Cross Cultural Communication and Business Etiquette
EM2.3	Negotiations in an International Context

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code EM2.1	Titel der Lehrveranstaltung Business English
----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte The main focus in this course is the spoken language, the students will get to discuss, present and report various topics from the international business world in class. This way they can broaden their vocabulary and train idiomatic phrases used in Business English.			
Lehr-/Lernformen Lecture, discussions, presentations, role-plays, reading-comprehension, listening-comprehension.			
Lehr-/Lernmethoden			
Literatur/Lehrmaterial Market Leader (Upper Intermediate), by David Cotton, David Falvey, Simon Kent (Pearson Longman), Business Spotlight, The Intelligent Life (The Economist)			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache Englisch
Workload: 2 x 25 Stunden = 50 Stunden mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 45 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 10 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code EM2.2	Titel der Lehrveranstaltung Cross Cultural Communication and Business Etiquette
----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<p>Students will be introduced to strategies and skills of intercultural communication enabling them to better understand and overcome cultural differences needed for conducting international business. They will gain insight into the communicative requirements for doing business abroad by:</p> <ul style="list-style-type: none"> - assessing own cultural themes and patterns - examining various geographic regions - identifying cultural themes and patterns of other geographical regions - identifying business conduct and business practices as well as the protocol of greetings, and titles/forms of address in other countries - understanding where potential obstacles may lie in intercultural communication 			
Lehr-/Lernformen			
Interactive lectures			
Lehr-/Lernmethoden			
Methodology will include group-work, group discussions, presentations, and role plays.			
Literatur/Lehrmaterial			
<p>Varner I., Beamer L.: Intercultural Communication in the Global Workplace</p> <p>Schmidt W., Easton S., Conaway R.: Communicating Globally: Intercultural Communication and International Business</p> <p>Walker, T. et al.: Doing Business Internationally. New York: 2003</p> <p>Morrison T., Conaway W.: Kiss, bow or shake hands. Avon: 2006</p>			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache Englisch
Workload:				
3 x 25 Stunden = 75 Stunden mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 33%		Aufgaben/Gruppenarbeit 37 %	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code EM2.3	Titel der Lehrveranstaltung Negotiations in an International Context
----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
<p>Inhalte</p> <p>Students in this course get comprehensive English language training for different business purposes. They learn how to negotiate in English across different cultures, applying the method of the Harvard Concept and use negotiating terms, phrases, and expressions. The students learn and practise the organisation and communication skills required in an environment with international business partners in different role plays. The course emphasises on cultural sensitivity in business and communicating across cultures with the help of rhetoric, style and body language.</p> <p>The students read articles on selected topics from relevant periodicals to evaluate and discuss the content.</p> <p>The goal is to improve the English language skills to enable students to negotiate in English, improve their non-verbal communication and to make them familiar with international business etiquette.</p>			
<p>Lehr-/Lernformen</p> <p>Interactive lectures</p>			
<p>Lehr-/Lernmethoden</p> <p>Methodology will include group-work, group discussions, presentations, and role plays.</p>			
<p>Literatur/Lehrmaterial</p> <p>Comfort, J.: Effective Negotiating, Oxford 2001 Fisher, R./Ury, W./Patton, B.: Getting to Yes, Penguin Books 1991 Forsyth, P.: How to Negotiate Successfully, Sheldon Press 1991 Goodale, M.: The Language of Meetings, Klett 1990 Laws, A.: Negotiations, Summertown Publishing 2003 Ury, W.: Schwierige Verhandlungen, Campus 1992 oder Getting Past No: Negotiating with Difficult People 1991</p>			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache Englisch
Workload: 3 x 25 Stunden = 75 Stunden mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 37 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 33 %	

Modulbeschreibung

Code EM4	Modulbezeichnung EM4 Project/Seminar/Simulation/Study Tour
--------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Hauptziel des Moduls ist es, internationale Erfahrungen zu sammeln. Studierende sollen an interdisziplinären Themen arbeiten, die sich im internationalen Kontext ergeben. Durch die Teilnahme internationaler Studierenden üben sich die Studenten in interkultureller Sensibilität.
Inhalte Je nach Nachfrage durch die Studierenden wird durchgeführt <ul style="list-style-type: none">- eine ‚Business European Study Tour‘ (BEST) ode rein anderes internationals Projekt- eine ‚European Health and Tourism Education Link‘ Study Tour (ETHEL)- weitere Study Tours, die noch entwickelt werden- eine Unternehmenssimulation Topsisim Global Challenge Jede Veranstaltung wird komplett auf Englisch durchgeführt.
Lehr-/Lernformen Lectures, presentations, discussions, company visits

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Lerninhalte auf Englisch erfassen und sich entsprechend ausdrücken können
Vorbereitung für das Modul	Englischkenntnisse

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Englischvorlesungen im 1. – 3- Semester IV 6.2 Intercultural Management V Praxissemester und VII Bachelorarbeit C 1, 2, 4, 5 Module des Internationalen Managements
Einsatz in anderen Studiengängen	Studiengangübergreifendes Modul, das als Wahlpflichtmodul von allen Studiengängen der Hochschule belegt werden kann (lt. SPO)

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Themen können aus dem Nachhaltigkeitsbereich sein, z.B. Öko-Tourismus, Vermarktung von Energiekonzepten

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90 min)	50 %
Ha, Papers	35 %
R	15 %

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Gunda Neubauer		
Modulart Study Tour/Simulation	Turnus Jedes Semester	Dauer Ein Semester
Zulassungsvoraussetzungen Grundstudium bzw. Zulassung durch Tourverantwortlichen	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 %	Vor- /Nachbereitung/Selbststudium 35 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Es ist nur eine Veranstaltung zu wählen, um das Modul abzulegen und 8 ECTS zu erwerben	BEST
	ETHEL
	Topsim Global Challenge
	Weitere Touren, die zukünftig entwickelt werden.

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code EM4.1	Titel der Lehrveranstaltung Study Tour
----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte Hängt von der gewählten Tour oder der Unternehmenssimulation ab.			
Lehr-/Lernformen Lectures, group-work			
Lehr-/Lernmethoden Lectures, discussions, presentations, role-plays, group-work, company visits			
Literatur/Lehrmaterial Hängt von der gewählten Tour oder der Unternehmenssimulation ab.			
Besonderes Bei diesen Veranstaltungen findet intensiver Austausch mit anderen Kulturen statt, der hautnah erlebt wird. Die kurzen Programme bieten die schnellste, manchmal für einen Studierenden die einzige Möglichkeit, während des Studiums internationale Bezüge herzustellen.			

Organisation

ECTS-Punkte 8	SWS	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache Englisch
Workload: 8 x 25 Stunden = 200 Stunden mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 35 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	