

## Inhalt

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 Pflichtmodule</b>                                       | <b>2</b>  |
| 1.1 Business Intelligence - Methoden, Werkzeuge, Anwendungen | 2         |
| 1.2 Dienstleistungscontrolling                               | 3         |
| 1.3 Dienstleistungsmarketing und -vertrieb                   | 5         |
| 1.4 Gründungsmanagement                                      | 7         |
| 1.5 Informationsmanagement                                   | 8         |
| 1.6 Kundenmanagement   | 9         |
| 1.7 Masterarbeit   | 10        |
| 1.8 Methodik der Dienstleistungsentwicklung                  | 11        |
| 1.9 Nachhaltige Unternehmensführung                          | 12        |
| 1.10 Personalführung   | 13        |
| 1.11 Praxisphase   | 15        |
| 1.12 Wirtschaftswachstum, Strukturwandel und Wettbewerb      | 16        |
| <b>2 Wahlpflichtmodule sektorale Dienstleistungen</b>        | <b>17</b> |
| 2.1 Handelsmanagement  | 17        |
| 2.2 Interkulturelle Trainings als Dienstleistung             | 19        |
| 2.3 Management von Kultur- und Freizeiteinrichtungen         | 21        |
| 2.4 Management von Non-Profit-Organisationen                 | 22        |
| <b>3 Wahlpflichtmodule allgemein</b>                         | <b>23</b> |
| 3.1 Customer Equity Management                               | 23        |
| 3.2 Data Science   | 24        |
| 3.3 Individuelles Modul                                      | 25        |
| 3.4 Institutionale Finanzdienstleistungen                    | 27        |
| 3.5 Modelle und Methoden der Marktforschung                  | 28        |
| 3.6 Qualitative Marktforschung                               | 29        |
| 3.7 Strategisches Controlling und Unternehmensplanung        | 30        |
| 3.8 Wertmanagement und -controlling                          | 32        |

### Hinweis

Die Module in diesem Inhaltsverzeichnis können durch Anklicken direkt angesprungen werden.  
Zurück gelangen Sie durch einen Klick in die jeweilige Überschrift.

Ggf. unterstützt Ihr Anzeigeprogramm diese Funktion nicht.

## 1 Pflichtmodule

| Business Intelligence - Methoden, Werkzeuge, Anwendungen   |    |                  |                    |                         |                              |
|--|----|------------------|--------------------|-------------------------|------------------------------|
| Business Intelligence - Methods, Tools and Applications  |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>   | BI | <b>Workload:</b> | 180 h              | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>   | 3  | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester         | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Wintersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>   |    |                  | <b>Präsenzzeit</b> | <b>Selbststudium</b>    |                              |
| Vorlesung  |    |                  | 30 h               | 60 h                    |                              |
| Praktikum  |    |                  | 30 h               | 60 h                    |                              |
| <b>Lehrformen</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| Vorlesung, Praktikum   |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| Ca.20  |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden kennen die Vorgehensmodelle und Methoden der Business Intelligence und können sie für einen gegebenen Problemkontext geeignet auswählen, anpassen und anwenden.</li> <li>- Sie kennen die verschiedenen Einsatzbereiche der Business Intelligence und können diese in eigenen Worten beschreiben.</li> <li>- Sie sind in der Lage, bei der Lösung von praktischen Problemstellungen, geeignete EDV-gestützte Werkzeuge auszusuchen und diese gemäß der gewählten Lösungsmethodik einzusetzen.</li> <li>- Sie verstehen den Dienstleistungscharakter der Business Intelligence und sind in der Lage, BI-Prozesse entsprechend der Kundenanforderungen zu entwerfen und umzusetzen.</li> </ul>   |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| <p>Vorbemerkung:</p> <p>Im Dienstleistungsbereich kann die zielorientierte Bereitstellung und Erbringung von Leistungen durch die Nutzung von Informationen verbessert werden, die aus dem Prozess der Dienstleistungserbringung und seinem Umfeld stammen. Aber auch die Bereitstellung und Nutzung von Informationen selbst ist eine Dienstleistung, die für viele Bereiche der Wirtschaft relevant ist.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition Business Intelligence - Strukturierte und unstrukturierte Daten</li> <li>- Reporting - Multidimensionale Datenanalyse</li> <li>- Data Mining - Visualisierung von Informationen</li> <li>- Planung - Wissensmanagement</li> <li>- BI-Vorgehensmodelle - Kennzahlen und Anwendungen aus dem Dienstleistungsbereich</li> <li>- BI als Dienstleistung</li> </ul> |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement  |    |                  |                    |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung   |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| Keine  |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| Vortrag, schriftliche Ausarbeitung   |    |                  |                    |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.   |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung  |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht  |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| Prof. Dr. Priemer  |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| Prof. Dr. Priemer  |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| Chamoni, P./ Gluchowski, P. (Hrsg.): Analytische Informationssysteme: Business Intelligence-Technologien und ?Anwendungen, Springer Verlag 2016  |    |                  |                    |                         |                              |

## 1 Pflichtmodule

### Dienstleistungscontrolling

Controlling Concept for Service Industries

|                  |      |                  |            |                         |                              |
|------------------|------|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| <b>Kürzel:</b>   | DLCO | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b> | 2    | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Sommersemester |

| Lehrveranstaltungen                  | Präsenzzeit | Selbststudium |
|--------------------------------------|-------------|---------------|
| Dienstleistungscontrolling Vorlesung | 30 h        | 60 h          |
| Dienstleistungscontrolling Übung     | 30 h        | 60 h          |

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung, Sonstige

#### Gruppengröße

ca.20

#### Qualifikationsziele

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben,

- sind in der Lage, einen Überblick über die betrieblichen Funktion Rechnungswesen und Controlling zu geben und deren Bedeutung für Dienstleistungsunternehmen darzustellen und zu begründen,
- können die Besonderheiten und Anforderungen der Dienstleistungsproduktion auf Basis von Typologisierungsansätzen beschreiben, charakterisieren und ableiten,
- können die Problemfelder der Dienstleistungsproduktion aufzeigen und für die Ausprägung des Dienstleistungscontrollings einteilen (z.B. in Prozess- und Projektaufgaben),
- können die Controlling-Instrumente den einzelnen Phasen der Dienstleistungsproduktion zuordnen,
- sind in der Lage, klassische Konzepte der Kostenrechnung und des Controlling - entwickelt vorrangig für Industrieunternehmen - auf ihre Eignung, Besonderheiten und Adaptierbarkeit für Dienstleistungsunternehmen zu untersuchen und zu evaluieren,
- darauf aufbauend können sie deren Einsatz und Eignung im betrieblichen Kontext mit Bezug auf ausgewählte Dienstleistungsbranchen verdeutlichen, adaptieren und praktizieren sowie
- sie können dazu die Controlling-Instrumente in Bezug auf die Anwendung in Dienstleistungsunternehmen zusammenstellen und neu arrangieren.

#### Inhalte

1. Dienstleistungsproduktion und Rechnungswesen/Controlling
  - Definition und Typologisierung von Dienstleistungen
  - Phasen der Dienstleistungsproduktion
  - Rechnungswesen und Controlling in Dienstleistungsunternehmen
  - Typologisierung der Dienstleistungsproduktion zur Zuordnung von Controllinginstrumente
2. Controlling betrieblicher Funktionen mit Fokus auf die Dienstleistungsproduktion
3. Prozess- und Projektcontrolling in Dienstleistungsunternehmen
  - Aufgaben- und Prozessarten
  - Prozesscontrolling im Rahmen des Prozessmanagements
  - Projektmanagement und -phasen
  - Projektplanung und -controlling
4. Moderne Kostenrechnungskonzepte für die Dienstleistungsbranche
  - Wertefluss der Kostenrechnung in Dienstleistungsunternehmen
  - Kostenrechnungssysteme für Dienstleistungsunternehmen
  - Strategieorientierte Kostenrechnung
  - Teilkostenrechnung und Plankostenrechnung
  - Instrumente des Gemeinkostenmanagements
5. Prozessorientiertes Erfolgs- und Finanz-Controlling in Dienstleistungsunternehmen
  - Controlling-Funktionen und Instrumente
  - Problemfelder in Dienstleistungsunternehmen
  - Controlling-Systeme: Strategisches Controlling, Operatives Controlling
  - Risikocontrolling
6. Fallstudien zum Dienstleistungscontrolling / Übertragung von Instrumenten auf die Dienstleistungsproduktion (parallel)
  - Fallstudien: Target Costing
  - Fallstudien: Prozesskostenrechnung

- Fallstudien: Fixkostenmanagement und flexible Plankostenrechnung / Leerkostenrechnung
- Fallstudien: Deckungsbeitragsrechnung / Managementenerfolgsrechnung

**Verwendbarkeit des Moduls**

Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement  
Wahlpflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung, Wahlpflichtmodule allgemein

**Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse**

Kenntnisse Internes Rechnungswesen und Controlling-Grundlagen

**Prüfungsformen**

Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

**Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten**

Bestandene Modulprüfung

**Stellenwert der Note in der Endnote**

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

**Hauptamtlich Lehrende(r)**

Prof. Dr. Pietschmann

**Modulbeauftragte(r)**

Prof. Dr. Pietschmann

**Sonstige Informationen**

Literatur:

Auer, T.: Immaterielle Vermögenswirte bilanzieren ? Auf der Suche nach dem Ei des Kolumbus: In: Merges&Acquisitions, Heft 4, 2007

Becker, W.; Rech, S.: Dienstleistungscontrolling - Grundlagen, Ansätze, Entwicklungsperspektiven, Kohlhammer, Stuttgart, 2014

Bruhn, M., Stauss, B. (Hrsg.): Dienstleistungscontrolling - Forum Dienstleistungsmanagement, Gabler, Wiesbaden, 2006

Corsten, H.; Gössinger, R.: Dienstleistungsmanagement, 6. Auflage Oldenbourg, Verlag, München, 2015

Corsten, H.; Roth, S. (Hrsg.): Handbuch Dienstleistungsmanagement, Vahlen, München, 2017

Eicker, S., Kress, S., Lelke, F.: Kennzahlengestützte Geschäftssteuerung im Dienstleistungssektor. In: ZfCM - Zeitschrift für Controlling und Management, S. 408- 414, Heft 6, 2005

Fischer, R.: Dienstleistungscontrolling - Grundlagen und Anwendungen, Gabler, Wiesbaden, 2000

Haller, S.: Dienstleistungsmanagement - Grundlagen, Konzepte, Instrumente, 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden, 2014

Hórvath, P.: Controlling, 12. Auflage, Vahlen, München, 2011

Kress, S., Lelke, F.: Ableitung von Steuerungskennzahlen im Rahmen des Gegenstromverfahrens - Ein

Kennzahlengenerator für Unternehmen der Dienstleistungsbranche. In: ZfCI - Performance Excellence - Zeitschrift für Controlling und Innovationsmanagement, S. 61 - 66, Heft 2, 2007

Maleri, R., Frieztsche, U.: Grundlagen der Dienstleistungsproduktion, 5. Auflage, Springer, Berlin, 2008

Nagel, A., Rath, V.: Dienstleistungscontrolling, Haufe München, 2004

Schäffer, U., Weber, J.: Herausforderungen für das Dienstleistungs-Controlling. In: krp, Kostenrechnungspraxis, S. 5 - 13, Sonderheft Dienstleistungscontrolling, 2002

Schimank, C., Strobl, G.: Controlling in Shared Services. In: Controlling Fortschritte, Vahlen, München, 2002

Weber, J. (Hrsg.): Dienstleistungscontrolling ? Sonderheft, Kostenrechnungspraxis, 2002

Werner, T.: Kostenrechnung in Dienstleistungsunternehmen, VDM Verlag, 2006

Witt, F.-J., Dienstleistungscontrolling, Gabler, München, 2002

Fallstudienliteratur:

Berens, W., Hoffjan, A., Schmitting, W. (Hrsg.): Controlling in Fallstudien ? Von Erbsenzählern und Zahlenzauberinnen, Schäffer Pöschel, Stuttgart, 1999

Graumann, M.: Fallstudien zum Controlling ? Strategisches und operatives Controlling, 3. Auflage, NWB-Verlag, Herne, 2014

Troßmann, E., Baumeister, A.; Werkmeister, C.: Management-Fallstudien im Controlling, 2. Auflage, München, 2008

sowie weitere Fallstudien zur Übertragung von Controlling-Instrumenten auf die Dienstleistungsproduktion

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

## 1 Pflichtmodule

### Dienstleistungsmarketing und -vertrieb

Service Marketing and Sales

|                |     |                  |       |                         |   |
|----------------|-----|------------------|-------|-------------------------|---|
| <b>Kürzel:</b> | SMS | <b>Workload:</b> | 180 h | <b>Leistungspunkte:</b> | 6 |
|----------------|-----|------------------|-------|-------------------------|---|

|                  |   |               |            |                    |                              |
|------------------|---|---------------|------------|--------------------|------------------------------|
| <b>Semester:</b> | 2 | <b>Dauer:</b> | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b> | Regelmäßig im Sommersemester |
|------------------|---|---------------|------------|--------------------|------------------------------|

| Lehrveranstaltungen                    | Präsenzzeit | Selbststudium |
|--|-------------|---------------|
| Dienstleistungsmarketing und -vertrieb | 60 h        | 120 h         |

#### Lehrformen

Vorlesung

#### Gruppengröße

ca. 20

#### Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen die Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings und -vertriebs gegenüber dem Marketing und Vertrieb von Sachleistungen, verstehen deren Ursachen und können diese in eigenen Worten beschreiben.
- Sie können die Erkenntnisse des generellen Marketinginstrumentariums auf die Besonderheiten von Dienstleistungsunternehmen anwenden.
- Sie sind in der Lage, Vermarktungssituationen bei Dienstleistungen systematisch zu analysieren, fundiert zu bewerten und durch kenntnisreiche Integration der Parameter zu gestalten.

#### Inhalte

- Bedeutung des Dienstleistungsmanagements (gesellschaftlich, einzelbetrieblich)
- Konstitutive Kennzeichen von Dienstleistungen (Zweistufigkeit der Produktion, Immaterialität, Kundenintegration)
- Dienstleistungsspezialitäten (Kundendienste, öffentliche Dienstleistungen, Handelsdienstleistungen, Freiberufler Dienstleistungen)
- Gestaltung des Dienstleistungsangebots (Leistungsprogramm, Leistungseinführung, Leistungsentwicklung)
- Gestaltung des Dienstleistungsentgelts (Strukturierung, Einzelelemente)
- Gestaltung der Dienstleistungsverfügbarkeit (Absatzkanal, Absatzhelfer, Absatzmittler, Standortwahl)
- Gestaltung der Dienstleistungskommunikation (Werbeformen, klassische Werbemittel, nicht klassische Werbemittel)
- Gestaltung der integrierten Dienstleistungspräsentation (Markierung, Corporate Identity, Kultur)
- Inhalte der kundenorientierten Personalpolitik (Internes Marketing, Personalmarketing)
- Inhalte der effizienten Prozesspolitik (Prozessmodell, Qualität, Wertschöpfungskette, Veränderung)
- Messung der Dienstleistungsqualität (Zufriedenheit, Ansätze zur Operationalisierung)
- Kundenwertmanagement (statischer/dynamischer Kundenwert, Kundenklassifikation, Kundenlebenszyklus)

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Keine

#### Prüfungsformen

Klausur, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Schulze

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Schulze

#### Sonstige Informationen

Bieberstein, Ingo: Dienstleistungs-Marketing, 4. Auflage, Ludwigshafen 2005 (Kiehl-Verlag);

Bieger, Thomas: Dienstleistungs-Management, 4. Auflage, Stuttgart 2007 (UTB-Verlag);

Bruhn, Manfred: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen, 8. Auflage, Berlin u.a. 2010 (Springer-Verlag);

Bruhn, Manfred/Hadwich, Karsten: Produkt- und Servicemanagement, München 2008 (Vahlen-Verlag);

Bruhn, Manfred/Meffert, Heribert (Hrsg.): Handbuch Dienstleistungsmanagement, 2. Auflage, Wiesbaden 2001 (Gabler-Verlag);

Bruhn, Manfred/Meffert, Heribert: Handbuch Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden 2012 (Gabler-Verlag);  
Bruhn, Manfred/Homburg, Christian (Hrsg.): Handbuch Kundenbindungsmanagement, 7. Auflage, Wiesbaden 2010 (Gabler-Verlag);  
Corsten, Hans/Gössinger, Ralf: Dienstleistungsmanagement, 5. Auflage, München-Wien 2007 (Oldenbourg-Verlag);  
Fließ, Sabine: Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2008;  
Godefroid, Peter/Pförsch, Waldemar: Business to Business-Marketing, 4. Auflage, Ludwigshafen 2009 (Kiehl-Verlag);  
Haller, Sabine: Dienstleistungsmanagement, 4. Auflage, Wiesbaden 2009 (Gabler-Verlag);  
Meffert, Heribert/Bruhn, Manfred: Dienstleistungsmarketing, 6. Auflage, Wiesbaden 2008 (Gabler-Verlag);  
Meyer, Anton (Hrsg.): Handbuch Dienstleistungsmarketing, 2 Bände, Stuttgart 1998 (Schäffer-Poeschel-Verlag);

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

## 1 Pflichtmodule

| Gründungsmanagement   |    |                  |            |                         |                              |
|---|----|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| Enterprise Foundation Management  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>  | GM | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>  | 3  | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Wintersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |    |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Gründungsmanagement   |    |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Seminar   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| ca. 20  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| <p>Die Studierenden besitzen ein vertieftes Bewusstsein der sehr komplexen und vielseitigen Problematik einer Unternehmensgründung oder der Gründung einer neuen Geschäftseinheit. Durch eigene Analyse erkennen Sie die besonderen Potenziale von Dienstleistungen als Produktbasis für eine Unternehmensgründung. Sie kennen die spezifischen persönlichen Qualifikationen und Kompetenzen eines erfolgreichen Unternehmers bzw. einer erfolgreichen Unternehmerin und sind in der Lage, in diesem Kontext die eigenen Persönlichkeitsmerkmale zu reflektieren und dazu Veränderungspotenziale zu erkennen sowie einen angemessenen Anteil an zivilgesellschaftlicher Verantwortung einzuschätzen. Sie sind in der Lage, erfolgskritische betriebliche Funktionen zu erkennen und grundlegende Instrumente des Management hinsichtlich der Gründung und des frühen Wachstums eines Unternehmens oder einer neuen Geschäftseinheit einzuordnen, effektiv anzuwenden und problemspezifisch anzupassen. Sie sind in der Lage einen Businessplan für einen selbst gewählte Gründungsidee zu entwickeln und diesen zu präsentieren und zu verteidigen.</p> |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Besonderer Charakter von Dienstleistungen als geeignete Produkte für Start-ups</li> <li>- Ausgründung betriebswirtschaftlicher Funktionen als Dienstleistungen</li> <li>- Charakteristika eines sozial verantwortlichen unternehmerischen Handelns</li> <li>- Simulation einer Unternehmensgründung anhand einer praxisbezogenen Fallstudie</li> <li>- Standortfaktoren, Marketing- / Finanzierungsaspekte und steuerliche Aspekte</li> <li>- Besondere Organisationsmerkmale eines Start-ups</li> <li>- Struktur und Elemente eines Businessplans</li> </ul>  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Keine   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Klausur, mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung  |    |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Figura, Prof. Dr. Hansen, Experten aus der Praxis   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Figura  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Prüfungen finden in der Regel auch semesterbegleitend statt.  |    |                  |            |                         |                              |
| <p>Aktuelle Literatur, z.B.<br/>A.D. Bührmann/ K. Hansen, 2012: Plädoyer für eine Diversifizierung des unternehmerischen Leitbildes in Forschung und Beratung. In: Arbeit Heft 4/2012, S.291 - 305</p>  |    |                  |            |                         |                              |

## 1 Pflichtmodule

| Informationsmanagement  |    |                  |                    |                         |                              |
|---|----|------------------|--------------------|-------------------------|------------------------------|
| Information Management  |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>  | IM | <b>Workload:</b> | 180 h              | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>  | 1  | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester         | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Wintersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |    |                  | <b>Präsenzzeit</b> | <b>Selbststudium</b>    |                              |
| Informationsmanagement Vorlesung  |    |                  | 30 h               | 60 h                    |                              |
| Informationsmanagement Übung  |    |                  | 30 h               | 60 h                    |                              |
| <b>Lehrformen</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| Vorlesung, Übung, Praktikum   |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| ca. 40  |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden sind in der Lage, Potentiale und Risiken der zunehmenden IT-Durchdringung von Unternehmensdienstleistungen zu erkennen und zu bewerten.</li> <li>- Sie beherrschen grundlegende Methoden, Verfahren und Werkzeuge des Informationsmanagements für wissensintensive Dienstleistungsunternehmen und können diese auf entsprechende Fallbeispiele anwenden.</li> <li>- Sie kennen Anforderungen, Bedeutung und Gegenstand von Führungsaufgaben im Informationsmanagement und können diese in eigenen Worten beschreiben.</li> <li>- Sie haben Kenntnisse von Rahmenwerken zur Planung, Steuerung und Optimierung IT-basierter Dienstleistungen innerhalb und zwischen Unternehmen und können diese in eigenen Worten beschreiben.</li> <li>- Sie sind in der Lage, die zentrale Rolle von Informationen im Dienstleistungszusammenhang zu analysieren und zu bewerten</li> <li>- Studierende sind in der Lage, mit Hilfe von Self-Service Business Intelligence Werkzeugen Dashboard Systeme zur rollenbasierten Entscheidungsfindung prototypisch zu entwickeln.</li> </ul> |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rolle von Information / Informationsmanagement als zentraler Produktionsfaktor wissensintensiver Dienstleistungen</li> <li>- Bedeutung vernetzter IT-Systeme in Dienstleistungsunternehmen</li> <li>- IT-basierte Dienstleistungskonzepte - Management der Informationswirtschaft ? Informationsnachfrage und -angebot</li> <li>- Führungsaufgaben im Informationsmanagement (IT-Strategie, IT-Governance, IT-Controlling, IT-Compliance)</li> <li>- Informationsmanagement in betrieblichen Anwendungslösungen (z.B. CRM)</li> <li>- Analyse und prototypische Implementierung IT-basierter Dashboards / Monitoring Systeme auf Basis von innovativer Technologien (Cloud Computing, internetbasierte Collaborationslösungen etc.)</li> </ul>   |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement   |    |                  |                    |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung  |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Grundlagen der Unternehmensführung, Grundlagen der Wirtschaftsinformatik   |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| Klausur, schriftliche Ausarbeitung  |    |                  |                    |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.  |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung   |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht   |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| Prof. Dr. Kruse   |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |    |                  |                    |                         |                              |
| Prof. Dr. Kruse   |    |                  |                    |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |    |                  |                    |                         |                              |
| Literatur: Krcmar, H.: Informationsmanagement, 6. Aufl. 2015; Gluchowski, P, Chamoni, P.: Analytische Informationssysteme, 5.Aufl.2016 Gronwald, K.-D.: Integrierte Businessinformationssysteme, 2015   |    |                  |                    |                         |                              |



## 1 Pflichtmodule

| Kundenmanagement   |    |                  |            |                         |                              |
|--|----|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| Customer Management  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>   | CM | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>   | 3  | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Wintersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>   |    |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Kundenmanagement   |    |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Seminar, Sonstige  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| ca. 20   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen und Wirkungszusammenhänge zwischen den Konstrukten Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Kundenwert und können diese in praktischen Anwendungen zielgerichtet einsetzen.</li> <li>- Sie sind in der Lage, Kundenwerttreiber zu identifizieren und entsprechende Instrumente im Dienstleistungskontext anzuwenden.</li> <li>- Sie besitzen die Fähigkeit, entlang unterschiedlicher Segmentierungskriterien (z.B. Kundenlebenszyklus, Kundenverhalten, Regionalität etc.) homogene Kundengruppen für das Marketing und die Produktentwicklung zu identifizieren.</li> <li>- Sie können ein unternehmens- bzw. branchenspezifisches Customer Relationship Management konzeptionell entwickeln und operationalisieren.</li> <li>- Sie sind in der Lage, eine kundenzentrierte Ablauf- und Aufbauorganisation zu entwickeln und zu implementieren.</li> </ul> |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Branchenspezifische Fallstudien</li> <li>- Funktionale Wirkungszusammenhänge zwischen den relevanten Konstrukten</li> <li>- Kundenwerttreiber und Kundenlebenszykluskonzepte</li> <li>- Erfolgsfaktoren des Kundenmanagements</li> <li>- Produktentwicklung durch Customer Knowledge Management und Customer Engagement</li> <li>- Ausrichtung der Aufbau- und Ablauforganisation auf den Kunden (Entwicklung einer kundenzentrierten Organisation)</li> <li>- Customer Experience Management unter Berücksichtigung von branchenspezifischen Rahmenbedingungen</li> <li>- Konzepte zum Monitoring und zur Steuerung und Optimierung des Kundenmanagements.</li> </ul>  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Keine  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung  |    |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Thiel, Prof. Dr. Richelsen   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Thiel  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>  |    |                  |            |                         |                              |
|  |    |                  |            |                         |                              |

## 1 Pflichtmodule

| Masterarbeit  |   |                  |          |                         |                      |
|---|---|------------------|----------|-------------------------|----------------------|
| Master Thesis   |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Kürzel:</b>  |   | <b>Workload:</b> | 900 h    | <b>Leistungspunkte:</b> | 30                   |
| <b>Semester:</b>  | 4 | <b>Dauer:</b>    | Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Nach Bedarf          |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |   |                  |          | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b> |
| Masterarbeit  |   |                  |          | 0 h                     | 900 h                |
| <b>Lehrformen</b>   |   |                  |          |                         |                      |
| Masterarbeit  |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Gruppengröße</b>   |   |                  |          |                         |                      |
|   |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |   |                  |          |                         |                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden können erworbenes theoretisches Wissen in einen anwendungsorientierten Kontext in Dienstleistungsunternehmen anwenden.</li> <li>- Sie beherrschen wissenschaftliche Analysemethoden.</li> <li>- Sie sind in der Lage, eine wissenschaftliche Ausarbeitung auf Master-Niveau zu erstellen (inhaltlich und sprachlich-stilistisch).</li> <li>- Sie besitzen die Fähigkeit zur Problemlösung / zum interdisziplinären Arbeiten.</li> <li>- Sie können Handlungsempfehlungen entwickeln und formulieren.</li> </ul> |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Inhalte</b>  |   |                  |          |                         |                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmensspezifische Fragestellungen aus der betrieblichen Praxis von Dienstleistungsunternehmen</li> <li>- Wissenschaftlich-theoretische Fragestellungen (empirische Ausarbeitung, Literaturlauswertungen, Konzeptentwurf etc.)</li> </ul>   |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>  |   |                  |          |                         |                      |
| Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement   |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>   |   |                  |          |                         |                      |
| Gemäß Prüfungsordnung   |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Prüfungsformen</b>   |   |                  |          |                         |                      |
| schriftliche Ausarbeitung, Master Thesis  |   |                  |          |                         |                      |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.  |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |   |                  |          |                         |                      |
| Bestandene Modulprüfung   |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |   |                  |          |                         |                      |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht   |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |   |                  |          |                         |                      |
| Lehrende des Fachbereiches  |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |   |                  |          |                         |                      |
| Studiendekan Wirtschaft   |   |                  |          |                         |                      |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |   |                  |          |                         |                      |
|   |   |                  |          |                         |                      |

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

## 1 Pflichtmodule

### Methodik der Dienstleistungsentwicklung

|   |    |                  |            |                         |                              |
|---|----|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| Service Engineering   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>  | SE | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>  | 2  | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Wintersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |    |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Service Engineering Vorlesung   |    |                  |            | 30 h                    | 60 h                         |
| Service Engineering Praktikum/Übung   |    |                  |            | 30 h                    | 60 h                         |
| <b>Lehrformen</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Vorlesung, Übung, Praktikum   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| ca. 20  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende verstehen Grundbegriffe des systematischen Entwurfs von Dienstleistungen</li> <li>- Die Studierenden kennen Methoden und Werkzeuge zur systematischen, prozessorientierten Entwicklung von unternehmens- und personenbezogenen Dienstleistungen und können diese in eigenen Worten beschreiben.</li> <li>- Studierende können Methoden und Werkzeuge zur Entwicklung von Dienstleistungen anwenden</li> <li>- Sie sind in der Lage, Dienstleistungsprozesse systematisch zu strukturieren, zu standardisieren und anforderungsgerecht zu automatisieren.</li> <li>- Sie sind in der Lage, unternehmensbezogene Dienstleistungen und personenbezogene Dienstleistungen zu entwickeln.</li> <li>- Sie beherrschen IT-basierte Werkzeuge zur technischen Unterstützung des Entwicklungsprozesses von Dienstleistungen (Prozessmodellierungswerkzeuge, UX-Tools etc.)</li> <li>- Sie kennen Modelle und Handlungsleitfäden zum kundenintegrierten Entwicklungsprozess.</li> <li>- Sie können Potentiale informationstechnischer Innovationen für Dienstleistungsprozesse bewerten und anwenden (z. B. collaborative, webbasierte Dienstleistungsprozesse, Open Innovation).</li> </ul> |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| <p>- Grundbegriffe des systematischen Entwurfs von Dienstleistungen - Methoden und Werkzeuge des Dienstleistungsdesign (Typologisierung von Dienstleistungen / Entwicklung und Test von Geschäftsmodellen / Entwicklung und Test von Prozessmodellen (inkl. Customer Journey Modelling / User Experience Modelling) - Methoden und Werkzeuge des IT-basierten Prozess- und Dienstleistungsmanagements - Service Engineering und Informationstechnologien (Service Modellierung und Design, Service oriented Modelling Framework) - Aspekte der Verzahnung personenbezogener Dienstleistungen mit physischen und IT-Produkten (Hybride Dienstleistungsproduktion) - Service-Architekturen und -plattformen - Werkzeuggestützte Modellierung mit Hilfe webbasierter Werkzeuge (z. B. Signavio-Modeller)</p>   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Grundlagen des Servicemanagements, Grundlagen der Wirtschaftsinformatik   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Klausur, schriftliche Ausarbeitung  |    |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Kruse   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Kruse   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Die aktuelle Literatur wird zu Beginn des Moduls vom Dozenten bekanntgegeben  |    |                  |            |                         |                              |

## 1 Pflichtmodule

| Nachhaltige Unternehmensführung   |     |                  |            |                         |                              |
|---|-----|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| Sustainable Corporate Management  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>  | SCM | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>  | 1   | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Wintersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |     |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Nachhaltige Unternehmensführung   |     |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Vorlesung, Seminar  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| 15-20   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| <p>Die Studierenden kennen wesentliche Aspekte, theoretische Modelle und Systeme der nachhaltigen Unternehmensführung und können diese mit eigenen Worten erläutern. Sie können - unter Berücksichtigung des aktuellen Stands des wissenschaftlichen Diskurses - gesellschaftliche und umweltbezogene Entwicklungen und deren unternehmensspezifische Auswirkungen analysieren und bewerten. Sie sind in der Lage, eigene Unternehmensgrundsätze auf Basis einer erweiterten gesellschaftlichen Verantwortung zu entwickeln und diese auch im Hinblick auf eine Rentabilität des Unternehmens zu bewerten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse und verwendeten theoretischen Grundlagen nach wissenschaftlichen Kriterien schriftlich zu dokumentieren und entsprechend zu präsentieren.</p> |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmensgrundsätze und -leitbilder</li> <li>- Aspekte der Wirtschaftsethik und der Corporate Social Responsibility</li> <li>- Aspekte der Umweltökonomie</li> <li>- Vorschriften und international gültige Grundsätze als Basis von "Corporate Governance-Systemen"</li> <li>- Prinzipal-Agenten-Beziehungen zwischen den in den Corporate Governance-Systemen involvierten Interessensgruppen.</li> </ul>   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement   |     |                  |            |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>   |     |                  |            |                         |                              |
|   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung   |     |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Oberdörster; Prof. Dr. NN   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Oberdörster   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |     |                  |            |                         |                              |
|   |     |                  |            |                         |                              |

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

## 1 Pflichtmodule

| Personalführung  |    |                  |            |                         |                              |
|--|----|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| Leadership   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>   | LD | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>   | 1  | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Wintersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>   |    |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Personalführung  |    |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Seminar, Sonstige  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| ca. 20   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende sind nach Absolvierung dieses Moduls in der Lage:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Besonderheiten der Personalführung in Dienstleistungsunternehmen zu erkennen sowie</li> <li>- moderne Führungskonzepte mit wesentlichen Hintergrundprozessen insbesondere auch im Zusammenhang mit gesellschaftlichen Entwicklungen zu verstehen,</li> <li>- diese Konzepte in wissenschaftlicher Form darzustellen, unter ökonomischen und zivilgesellschaftlichen Aspekten zu bewerten und für Dienstleistungsunternehmen und auch in zivilgesellschaftlichen Zusammenhängen zu adaptieren.</li> </ul> </li> <li>- Studierende erwerben fachliche und personale Führungskompetenzen und lernen Instrumente kennen, um in Dienstleistungsunternehmen situativ angemessen und erfolgreich zu führen.</li> <li>- Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, sind in der Lage, die strategische Bedeutung der Personalführung insbesondere für Dienstleistungsunternehmen und -bereiche oder auch im Ehrenamt zu beurteilen; sie erlangen Methodenkompetenz bei der Anwendung der Instrumente in Fallstudien und Übungen und sind so in der Lage, geeignete Methoden selbständig und sicher auszuwählen und in Dienstleistungsunternehmen anzuwenden.</li> <li>- Ferner sind sie in der Lage, neuere Ansätze in den Bereichen der Personalführung auch in ihren wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Auswirkungen selbständig zu durchdringen und sie für die eigene Praxis, auch im zivilgesellschaftlichen Engagement, zu erschließen.</li> </ul> |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Führungskonzepte               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transaktionale vs. transformierende Führung</li> <li>- Dimensionen der Führung</li> <li>- Situative Führung</li> <li>- Paradigmenwechsel in der Führung: Heroic vs. post-heroic leadership</li> </ul> </li> <li>- Emotionsarbeit in der Dienstleistung</li> <li>- Psychologische Verträge und Vertrauen</li> <li>- "Misbehavior" und dessen Hintergründe</li> <li>- Ethische Aspekte der Führung</li> <li>- Kommunikation als Führungsaufgabe</li> <li>- Praktischen Übung von Mitarbeitergesprächen               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zielvereinbarung</li> <li>- Coaching</li> <li>- Kritikgespräche</li> </ul> </li> <li>- Authentisch führen in der Praxis: eine kritische Auseinandersetzung zur Führung in Unternehmen, in Politik und im ehrenamtlichen Engagement.</li> </ul>  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement  |    |                  |            |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Keine  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Vortrag, schriftliche Ausarbeitung   |    |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.   |    |                  |            |                         |                              |

|   |
|---|
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |
| Bestandene Modulprüfung   |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht   |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |
| Prof. Dr. Hansen  |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |
| Prof. Dr. Hansen  |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |
| Seminar unter Einbeziehung von Fallstudien, Teamarbeit, Vorträgen der Studierenden und Vorträgen aus der Praxis von Unternehmen und aus dem zivilgesellschaftlichen Engagement; Führen eines Lerntagebuches.<br><br>Es wird Literatur in deutscher und in englischer Sprache verpflichtend eingesetzt:<br>- Baeckmann, S. Von, Porr, O. & D. Frey. Lernen in selbstregulierten Gruppen. In: Personalführung 4/2009: 54-62;<br>- Furtner, M. & T. Maran, 2015. Self Leader führen besser. In: Personalführung 48 (1): 20 ? 26;<br>- Gerpott, F. H., & S. C. Voelpel, 2014. Zurück auf Los! Warum ein Überdenken des transformationalen Führungsansatzes notwendig ist. In: Personalführung 47 (4): 17 - 21;<br>- Goffee, R. & G. Jones. Why should anyone be led by you? Boston, 2006;<br>- Hansen, K., 2015. Integriertes Personalmanagement, Berlin;<br>- Hansen, K. Führung im Unternehmen. In: Hansen, K., Bontrup, H.-J., Personalmanagement, 2. Auflage, Troisdorf 2009: 49-100;<br>- Kanitz, R. & M. Högl, 2017. Kann Arbeit glücklich machen? In: zfo 86 (1): 10 - 19;<br>- Manz, CG., 2015. Taking the self-leadership high road: smooth surface or potholes ahead? AoM Perspectives 29 (1): 132?151;<br>- Müthel, M, 2017. Pro-organisationales illegales Verhalten. In: zfo 86 (1): 31 - 36;<br>- Nordenflycht, A. von, 2010. What is a Professional Service Firm? Toward a Theory and Taxonomy of Knowledge-Intensive Firms, in: AOM Review, vol. 35, No. 1 (January): 155 -174;<br>- Ragins, B.R., 2012. Editor?s Comments: Reflections on the Craft of Clear Writing. In: AoM Review 37 (4): 493 -501;<br>- Sauer, S., Schilcher, C. & M. Will-Zocholl. Zur Untrennbarkeit von Systemischen und personalen Aspekten des Vertrauens: Wider vereinseitigende Differenzierungen. In: ARBEIT, 22. Jg., Heft 1/2013: 32-46;<br>- Schmid, E., Knipfer, K. & C. Peus, 2015. Wissen allein reicht nicht. In: Personalführung 48 (1): 50 - 57;<br>- Steyrer, J., Meyer, M., Welcher Führungsstil führt zum Erfolg? In: zfo (79. Jg.) 03/2010: 148-155;<br>- Wiseman, L. & McKeown, G., Sind Sie ein guter Chef? in Harvard Business Manager Juli 2010: 44-51;<br>- Zapf, D., Machowski, S., & K. Trimpold. Emotionsarbeit in Serviceberufen: Hoher Einsatz mit Nebenwirkungen. In: Personalführung 6/ 2009: 18-29 |

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

## 1 Pflichtmodule

| Praxisphase  |   |                  |            |                         |                              |
|--|---|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| Company Internship   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>   |   | <b>Workload:</b> | 540 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 18                           |
| <b>Semester:</b>   | 3 | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Wintersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>   |   |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Praxisphase  |   |                  |            | h                       | 540 h                        |
| <b>Lehrformen</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Projekt, Sonstige  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Individuelle Betreuung und Prüfung durch eine/n Professor/in der Westfälischen Hochschule. Die Auswahl des/der betreuenden Professors/Professorin obliegt der/dem Studierenden im Benehmen mit der/dem betreffenden Betreuer/in.   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende kennen Aufgabenprofile im professionellen oder forschungsbezogenen Umfeld eines/einer Masterabsolventen / Masterabsolventin und können diese erklären</li> <li>- Studierende können die bisher erworbenen theoretischen Kenntnisse im professionellen oder forschungsbezogenen Umfeld anwenden und nach wissenschaftlichen Methoden vertiefen und erweitern</li> <li>- Studierende können Bedeutung wissenschaftlichen Vorgehens in der betrieblichen Praxis bewerten und weitere betriebswirtschaftliche Problem-/Aufgabenstellungen (ggf. auch für die Masterarbeit) erkennen.</li> </ul>   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eigene Recherche nach einer geeigneten Stelle für die Praxisphase und Durchlauf des jeweiligen Bewerbungsprozesses</li> <li>- Abstimmung der Aufgabenstellung mit der/dem betreuenden Professor/in als Zulassungsvoraussetzung. Diese sollte möglichst auch einen wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn zum Ziel haben.</li> <li>- Durchführung von sehr anspruchsvollen möglichst projektbezogenen Aufgaben unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden. Diese können sich z.B. auf Markt-, Kosten-/Leistungs- oder Geschäftsprozessanalysen beziehen. Ergebnisse sind entsprechend zu bewerten und es sollten daraus strategische Handlungsoptionen abgeleitet werden.</li> <li>- Verfassung eines ca. 20-seitiger Bericht zur Dokumentation von Aufgabenstellung, Lösungswegen und Ergebnissen nach wissenschaftlichem Standard</li> </ul> |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement  |   |                  |            |                         |                              |
| Pflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| keine  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| schriftliche Ausarbeitung  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Zur Anerkennung der Praxisphase sind ein ca. 20-seitiger Bericht zur Dokumentation von Aufgabenstellung, Lösungswegen und Ergebnissen nach wissenschaftlichem Standard sowie ein qualifiziertes Arbeitszeugnis vorzulegen. Beachten Sie bitte auch weitere Informationen im moodle-Kurs "Prüfungsangelegenheiten" unter dem link <a href="https://moodle.w-hs.de/course/view.php?id=218#section-5">https://moodle.w-hs.de/course/view.php?id=218#section-5</a>   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Alle Professor/inn/en  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Studiendekan Wirtschaft  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Die Praxisphase umfasst einen Zeitraum von mindestens 14 Wochen und erstreckt sich in der Regel über die zweite Semesterhälfte des dritten Studiensemesters. Die Studierenden sollen durch konkrete Mitarbeit in den Unternehmen an die Anforderungen des Berufsfeldes herangeführt werden. Beachten Sie bitte auch weitere Informationen im moodle-Kurs "Prüfungsangelegenheiten" unter folgender web-Adresse <a href="https://moodle.w-hs.de/course/view.php?id=218#section-5">https://moodle.w-hs.de/course/view.php?id=218#section-5</a>   |   |                  |            |                         |                              |

## 1 Pflichtmodule

### Wirtschaftswachstum, Strukturwandel und Wettbewerb

Intermediate Economics

|                  |    |                  |            |                         |                              |
|------------------|----|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| <b>Kürzel:</b>   | IE | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b> | 1  | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Wintersemester |

| Lehrveranstaltungen                     | Präsenzzeit | Selbststudium |
|---|-------------|---------------|
| Wachstum, Innovation und Strukturwandel | 60 h        | 120 h         |

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung

#### Gruppengröße

ca. 40

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Triebfedern des Wirtschaftswachstums und wissen, dass Wachstum durch neue Produkte und neue Prozesse zustande kommt. Sie sind mit der Tertiarisierung als dem Muster des Strukturwandels vertraut und können wirtschaftspolitische Einflussnahme darauf einschätzen.

Die Studierenden können Muster des Strukturwandels auf Besonderheiten von Dienstleistungsmärkten anwenden. Sie kennen die Grundlagen der Regulierung marktmächtiger Anbieter und können alternative Regulierungsansätze eigenständig beurteilen. Sie sind mit verschiedenen Preismodellen auf mit digitalen Märkten vertraut und können eigenständig Strategien auf diesem Märkten formulieren.

#### Inhalte

- Wirtschaftswachstum - Messung, Theorien, Strategien
- Erfolgsfaktoren und Bremsen des Wachstums
- Wirtschaftsleistung, Lebensqualität und Nachhaltigkeit
- Technischer Fortschritt, Innovationen und Strukturwandel
- Grundlagen der Wachstums- und Strukturpolitik
- "New Economy", Netzwerke und externe Effekte
- Regulierung

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement

Pflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Keine

#### Prüfungsformen

Klausur, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Siebe

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Siebe

#### Sonstige Informationen

Die aktuelle Literatur wird zu Beginn des Moduls vom Dozenten bekanntgegeben.

Stand: Druckdatum: 09.10.2024



## 2 Wahlpflichtmodule sektorale Dienstleistungen

| Handelsmanagement  |    |                  |            |                         |                              |
|--|----|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| Retail Management  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>   | RM | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>   | 2  | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Sommersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>   |    |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Handelsmanagement  |    |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Seminar, Sonstige  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| ca. 20   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| <p>Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Besonderheiten des Managements auf der Absatzmittlerstufe in einem Online- und Offline-Kontext und können diese in eigenen Worten beschreiben,</li> <li>- verstehen, welche von der Herstellerstufe abweichenden Anforderungen im Handel dabei anfallen,</li> <li>- können das übliche (marktorientierte) Managementinstrumentarium auf die Besonderheiten der stationären und digitalen Handelsstufe adaptieren,</li> <li>- sind ferner in der Lage, die Situation des Handels als "Drehscheibe" zwischen Hersteller und Endabnehmer mit ihren spezifischen Problemen (z.B. Systemwettbewerb und Konzentration im Handel) zu analysieren, daraus entstehende Bewertungen vorzunehmen und zu einem schlüssigen Konzept zu verbinden,</li> <li>- können eigenständige Marketingkonzeptionen für die entsprechenden handelsbetrieblichen Institutionen entwickeln sowie existierende Ansätze kritisch würdigen, wobei wissenschaftliche Methoden angewendet werden.</li> </ul> |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedeutung und konzeptionelle Grundlagen des Handelsmanagement</li> <li>- Veränderungen des Handels durch die Digitalisierung</li> <li>- Trends im stationären Handel, in E- und M-Commerce</li> <li>- Informationsgrundlagen des Handels</li> <li>- Standort- und Betriebstypenmanagement</li> <li>- Personalmanagement</li> <li>- Sortimentsmanagement</li> <li>- Markenmanagement</li> <li>- Preismanagement</li> <li>- Kommunikationsmanagement</li> <li>- In-Store-Management</li> <li>- Handelscontrolling</li> <li>- Ausgewählte Fragestellungen im Handel (z.B. internationales Handelmanagement)</li> </ul>   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule sektorale Dienstleistungen  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Keine  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung  |    |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.   |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>  |    |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Richelsen  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>   |    |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Richelsen  |    |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>  |    |                  |            |                         |                              |



Ahlert, D. et al.: Handelsmarketing: Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben, 2. Aufl., Wiesbaden 2018; Berman, B., Evans, J.-R.: Retail Management: A Strategic Approach, 13. Aufl., Prentice Hall 2017; Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, 10. Aufl., Wiesbaden 2019; Heinemann, G. et al.: Handel mit Mehrwert - Digitaler Wandel in Märkten, Geschäftsmodellen und Geschäftssystemen, Wiesbaden 2019; Levy, M. et al.: Retailing Management, 10. Aufl., 2018; Müller-Hagedorn, L. et al.: Handelsmarketing, 5. Auflage, Stuttgart 2011; Swoboda, B. et al.: Handelsmanagement: Offline-, Online- und Omnichannel-Handel, 4. Auflage, Oldenburg 2019.

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

## 2 Wahlpflichtmodule sektorale Dienstleistungen

### Interkulturelle Trainings als Dienstleistung

Cross cultural trainings as a service

|                |     |                  |       |                         |   |
|----------------|-----|------------------|-------|-------------------------|---|
| <b>Kürzel:</b> | ITD | <b>Workload:</b> | 180 h | <b>Leistungspunkte:</b> | 6 |
|----------------|-----|------------------|-------|-------------------------|---|

|                  |      |               |            |                    |                              |
|------------------|------|---------------|------------|--------------------|------------------------------|
| <b>Semester:</b> | 2, 3 | <b>Dauer:</b> | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b> | Regelmäßig im Sommersemester |
|------------------|------|---------------|------------|--------------------|------------------------------|

|                            |                    |                      |
|----------------------------|--------------------|----------------------|
| <b>Lehrveranstaltungen</b> | <b>Präsenzzeit</b> | <b>Selbststudium</b> |
|                            | 60 h               | 120 h                |

#### Lehrformen

Seminar

#### Gruppengröße

15

#### Qualifikationsziele

Teilnehmer/-innen können die Anforderungen der Dienstleistung "Interkulturelles Training, Business-Etikette-Seminar" in der internationalen Geschäftswelt darstellen und begründen.  
 Sie ordnen kritisch ausgewählte Methoden und Formate zur Konzeption zielgruppengerechter interkultureller Trainings ein.  
 Sie können relevante Theorien (Transaktionsanalyse, Attributionstheorie, Kollektivtheorie) zuordnen und evaluieren.  
 Sie können die "ungeschriebenen Regeln" im Verhaltenskodex internationaler Verhandlungen und der globalen Geschäftswelt anhand von Fallbeispielen darstellen, erläutern und deren Bedeutung bewerten.  
 Sie erlangen Interkulturelle und Diversity Kompetenz (Vorurteilsfreiheit, Ambiguitätstoleranz, Empathie) und können gängige Methoden zur Vermittlung kognitiver, affektiver und verhaltensbezogener Kompetenzen anwenden und hinsichtlich besonderer Einsatzgebiete weiterentwickeln.

#### Inhalte

- Theorien der interkulturellen Kommunikation und des interkulturellen Management
- Vermittlung interkultureller Handlungskompetenz, interkulturellen Wissens und des "Wissens über / Wissens wie"
- Internationalität der Business Culture: Kritische Betrachtung von Seminaren und Ratgebern zu Business Etikette und Kulturknigge
- Kollektivzuschreibung von Umgangsformen zu Subkollektiven oder Nationenkulturen, kulturelle Zuschreibungen (Attributionstheorie)
- Linguistic Awareness of Cultures im Rahmen interkultureller Trainings
- Zielgruppenorientierte Konzeption von interkulturellen Trainings
- Theorien über die Wirkung interkultureller Trainings und Abgleich mit aktuellen Untersuchungen zu Multikollektivität und internationalisierter Kultur der "Business People"
- Internationale Fallbeispiele zu angemessenem Verhalten in kulturell diversen Alltags- und Berufssituationen

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule sektorale Dienstleistungen

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

#### Prüfungsformen

Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Andrea Wolf M.A.

#### Modulbeauftragte(r)

Studiendekan Wirtschaft

#### Sonstige Informationen

Baldauf, Ana-Lucia (2015): Geschäftsleute unter sich. Die Internationalität der Business Culture. Transcript  
 Bosse, Elke (2011): Qualifizierung für interkulturelle Kommunikation: Trainingskonzeption und -evaluation. München: Iudicium-Verl.  
 Dignen, Bob & James Chamberlain (2009): Fifty ways to improve your intercultural skills. Heinle Cengage Learning



Engelen, Andreas & Eva Tholen (2014): Interkulturelles Management. Stuttgart

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

## 2 Wahlpflichtmodule sektorale Dienstleistungen

### Management von Kultur- und Freizeiteinrichtungen

Management for Culture and Leisure

|   |   |                  |            |                         |                              |
|---|---|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| <b>Kürzel:</b>  |   | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>  | 2 | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Sommersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |   |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Management in Kultur- und Freizeiteinrichtungen   |   |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Seminar, Sonstige   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Ca.20   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verstehen der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedeutung des Kultur- und Freizeitsektors</li> <li>- Analyse spezifischer Handlungslogiken und Organisationsstrukturen von Kultur- und Freizeiteinrichtungen</li> <li>- Bewertung und Entwicklung von Strategien innovativer Produktpolitik und Besucherbindung</li> </ul>   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ökonomische Bedeutung des öffentlichen und kommerziellen Kultur- und Freizeitsektors</li> <li>- Übersicht und Besonderheiten der Kulturinstitutionen (Theater, Musicals, ?Kleinkunst?, Musik, Literatur, bildende Kunst, Festival, Film, Kulturmedien, Soziokultur)</li> <li>- Übersicht und Besonderheiten ausgewählter Freizeitsektoren (Freizeit- und Erlebniswelten, Freizeitkonsum + Erlebnis-Shopping, Sportsektor)</li> <li>- Akteure der Kulturpolitik, Kulturbegriffe und ?theorien</li> <li>- Kulturförderung und -finanzierung</li> <li>- Besonderheiten der Organisationsstruktur, Beschäftigungsverhältnisse und Entrepreneurship im Kulturbetrieb</li> <li>- Rechtliche Besonderheiten im Kulturbetrieb</li> <li>- Besonderheiten der Kommunikationsbeziehungen zwischen kultureller Produktion und Rezeption</li> <li>- Strategische Gewinnung neuen Publikums (Audience-Development) und Besucherbindung</li> <li>- Positionierung der Angebote auf dem kultur- und freizeittouristischen Markt</li> </ul> |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule sektorale Dienstleistungen   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Vertiefte Kenntnisse im Bereich Tourismus/Marketing   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung   |   |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Schwark   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Schwark   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| <p>Freericks, R. et al: Freizeitwissenschaft. Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung, München 2010</p> <p>Freericks, R.; Brinkmann, D. (Hrsg.): Handbuch Freizeitsoziologie, Wiesbaden 2015</p> <p>Gunter, B.; Hausmann, A.: Kulturmarketing, Wiesbaden 2012 (2. Auflage)</p> <p>Klein, A.: Kompendium Kulturmanagement: Handbuch für Studium und Praxis, München 2011 (3. Aufl.)</p> <p>Klein, A.: Der exzellente Kulturbetrieb, Wiesbaden 2011 (3. Aufl.)</p> <p>Steinecke, A. (Hrsg.): Erlebnis- und Konsumwelten, München 2007</p> <p>Steinecke, A.: Themenwelten im Tourismus: Marktstrukturen - Marketing - Management ? Trends, München 2009</p>   |   |                  |            |                         |                              |

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

## 2 Wahlpflichtmodule sektorale Dienstleistungen

### Management von Non-Profit-Organisationen

Management of Non-Profit-Organisations

|   |   |                  |            |                         |                              |
|---|---|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| <b>Kürzel:</b>  |   | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>  | 2 | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Sommersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |   |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Management von Non-Profit-Organisationen  |   |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Praktikum, Seminar, Sonstige  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| ca. 20  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden verstehen die gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung des Nonprofit-Sektors</li> <li>- Sie können die spezifischen Handlungslogiken und Organisationsstrukturen von gemeinwirtschaftlichen, wirtschaftlichen, sozio-kulturellen, politischen und karitativen NPOs analysieren und bewerten</li> <li>- Sie verfügen über Lösungskompetenzen zur Entwicklung von Strategien unter zunehmend marktförmigen Rahmenbedingungen</li> </ul>  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Umfang und Struktur des Nonprofit-Sektors</li> <li>- Organisationsformen: Vereine, Verbände, Stiftungen</li> <li>- Engagementformen: Ehrenamt, Freiwilligenarbeit, Nebenberuflichkeit, Hauptberuflichkeit</li> <li>- Entscheidungsstrukturen zwischen Mitgliedern, ehrenamtlichem Vorstand und hauptberuflicher Geschäftsführung</li> <li>- Anspruchsgruppen, Klientel, ?Kunden?</li> <li>- Professionalisierung und das Verhältnis Ehrenamtlichkeit zu Hauptberuflichkeit</li> <li>- Gewinnung von Mitgliedern und ehrenamtlichem Engagement</li> <li>- Tendenzbetriebe und Mitarbeiterakquise</li> <li>- Besonderheiten der Finanzierung und Fundraising</li> <li>- NPO-Marketing unter Nicht-Markt-Bedingungen</li> </ul> |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule sektorale Dienstleistungen   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Keine   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung   |   |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Schwark   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Schwark   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Badelt, Chr.; Meyer, M.; Simsa, R. (Hrsg.): Handbuch der Nonprofit Organisation: Strukturen und Management, Stuttgart 2007 (4. Auflage)   |   |                  |            |                         |                              |
| Bruhn, M.: Marketing für Nonprofit-Organisationen, Stuttgart 2012 (2. Auflage)  |   |                  |            |                         |                              |
| Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Nonprofit-Organisationen, Wiesbaden 2013   |   |                  |            |                         |                              |
| Helmig, B.; Boenigk, S.: Nonprofit Management, München 2012   |   |                  |            |                         |                              |
| Sander, G.; Bauer v. Haupt, E.: Strategieentwicklung kurz und klar: Das Handbuch für Non-Profit-Organisationen, Bern 2011 (2. Auflage)  |   |                  |            |                         |                              |

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

### 3 Wahlpflichtmodule allgemein

## Customer Equity Management

|   |   |                  |            |                         |                              |
|---|---|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| Customer Equity Management  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>  |   | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>  | 2 | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Sommersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |   |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Customer Equity Management  |   |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Seminar   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| ca. 20  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden kennen unterschiedliche Customer Equity Modelle und sind in der Lage, diese unternehmens- bzw. branchenspezifisch anzuwenden.</li> <li>- Sie können Unternehmensbewertungen auf der Basis von Customer Equity Berechnungen eigenständig durchführen. Zudem sind sie in der Lage, Über- bzw. Unterbewertungen von Unternehmen zu analysieren.</li> <li>- Die Studierenden können die Werttreiber innerhalb der Service Profit Chain identifizieren. Zudem sind sie in der Lage, die Zusammenhänge zwischen diesen Werttreibern und dem Customer Equity bzw. Unternehmenswert aufzuzeigen</li> <li>- Sie können ein ganzheitliches Customer Equity Management konzeptionell entwickeln und operationalisieren.</li> <li>- Sie sind in der Lage, Auswahl, Implementierung und Weiterentwicklung von Systemen zur automatisierten Unterstützung der Customer Equity Aktivitäten vorzunehmen.</li> </ul> |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Customer Equity Modelle und Customer Equity Controlling</li> <li>- Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche Customer Equity Management Einführung</li> <li>- Durchführung von Customer Equity Berechnungen</li> <li>- Zusammenhang zwischen Customer Equity und Unternehmenswert</li> <li>- Shareholder Value auf der Basis von Customer Equity und Finanzanalysen</li> <li>- Segmentspezifisches Customer Equity Management und Equity Controlling</li> <li>- Service Profit Chain</li> <li>- Auswahl und Einführung von Systemen für ein automatisiertes Customer Equity Management</li> <li>- Anforderungsmanagement und kontinuierliche Weiterentwicklung des Customer Equity Managements</li> </ul>  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule allgemein  |   |                  |            |                         |                              |
| Wahlpflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung, Wahlpflichtmodule Accounting/Taxation   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Keine   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Vortrag, schriftliche Ausarbeitung  |   |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Thiel   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Thiel   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Die aktuelle Literatur wird zu Beginn des Moduls vom Dozenten bekanntgegeben.   |   |                  |            |                         |                              |

### 3 Wahlpflichtmodule allgemein

| Data Science   |     |                  |            |                         |                              |
|--|-----|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| Data Science   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>   | DSC | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>   | 2   | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Sommersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>   |     |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Data Science   |     |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| Vorlesung, Projekt, Seminar  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| 4 - 20   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| <p>Die Studierenden kennen die Besonderheiten und Potentiale von Big Data - Anwendungen. Sie können eigenständig Massendaten aus heterogenen Datenquellen zusammenfassen und hinsichtlich unterschiedlicher Kriterien aufbereiten. Sie können selbständig Verfahren der multivariaten Statistik sowie des maschinellen Lernens mit dem Statistik Programm R anwenden. Insbesondere sind sie in der Lage, unterschiedliche Modelle und Verfahren mittels statistischer Kennziffern zu bewerten. Fallstricke bei der Analyse und Modellierung von Massendaten sind den Studierenden bekannt und die daraus resultierenden Probleme können eigenständig vermieden werden. Studierende aus dem Studiengang Dienstleistungsmanagement können fachliche Anforderungen (Pflichtenheft) hinsichtlich der Datenaufbereitung und Datenbereitstellung erstellen. Studierende aus dem Studiengang Verteilte Systeme können die an sie gestellten Anforderungen (Pflichtenheft) aufnehmen, interpretieren und umsetzen (Lastenheft und Implementierung). Studierende aus dem Dienstleistungsmanagement und Studierende aus den Verteilten Systemen sind in der Lage, in der Schnittstelle zwischen Fachbereich und Technik ihre jeweiligen Anforderungen und Erwartungen zielgerecht durch- und umzusetzen. Darauf aufbauend können die Studierenden eigenständig einen Prozess des permanenten Anforderungs- und Qualitätsmanagements entwickeln und implementieren.</p> |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anwendungsbereiche, Potentiale und Fallstricke bei der Analyse von Massendaten</li> <li>- Einführung in das statistische open source Programm R (<a href="http://www.r-project.org">www.r-project.org</a>)</li> <li>- Erstellung von Pflichten- und Lastenheften im Rahmen des Anforderungsmanagements</li> <li>- Entwicklung und Implementierung eines permanenten Anforderungs- und Datenqualitätsmanagementprozesses</li> <li>- Massendaten aus heterogenen Datenquellen zusammenführen, aufbereiten und qualitätsgesichert bereitstellen</li> <li>- Deskriptive Analyse und Visualisierung der Rohdaten</li> <li>- Anwendung und Programmierung multivariater statistischer Verfahren sowie Verfahren des maschinellen Lernens</li> <li>- Prozess der statistischen Modellbildung und Modellauswahl</li> <li>- Interpretation, Visualisierung und Dokumentation der Analyseergebnisse.</li> </ul>   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule allgemein   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>  |     |                  |            |                         |                              |
|  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung  |     |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Thiel  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Thiel  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| Die aktuelle Literatur wird zu Beginn des Moduls vom Dozenten bekanntgegeben.  |     |                  |            |                         |                              |



### 3 Wahlpflichtmodule allgemein

#### Individuelles Modul

|   |         |                  |            |                         |                      |
|---|---------|------------------|------------|-------------------------|----------------------|
| Individual Module   |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Kürzel:</b>  | IND     | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                    |
| <b>Semester:</b>  | 3, 4, 5 | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Nach Bedarf          |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |         |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b> |
| Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls. Das gleiche gilt für den Umfang der Präsenzzeit und des Selbststudiums (rechts) und der Lehrform, die unten mit "Sonstige" angegeben ist.  |         |                  |            | 0 h                     | 180 h                |
| <b>Lehrformen</b>   |         |                  |            |                         |                      |
| Sonstige  |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Gruppengröße</b>   |         |                  |            |                         |                      |
| Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls   |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |         |                  |            |                         |                      |
| Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls   |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Inhalte</b>  |         |                  |            |                         |                      |
| Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls   |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>  |         |                  |            |                         |                      |
| Wahlpflichtmodul im Studiengang Informatik.Softwaresysteme<br>Wahlpflichtmodul im Studiengang Elektrotechnik - Automation<br>Wahlpflichtmodul im Studiengang Informatik - Intelligente Systeme<br>Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik<br>Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule allgemein<br>Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein<br>Wahlpflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung, Wahlpflichtmodule allgemein                   |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>   |         |                  |            |                         |                      |
| Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls   |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Prüfungsformen</b>   |         |                  |            |                         |                      |
| Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls   |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |         |                  |            |                         |                      |
| Bestandene Prüfung des Fremdmoduls<br>Anerkennung für den Studiengang der/des Studierenden.   |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |         |                  |            |                         |                      |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht   |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |         |                  |            |                         |                      |
|   |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |         |                  |            |                         |                      |
| Dekan   |         |                  |            |                         |                      |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |         |                  |            |                         |                      |
| Zur Orientierung für die Wahl:<br>Als Individuelles Modul kann ein beliebiges Modul aus dem akademischen Studienangebot einer wissenschaftlichen Hochschule gewählt werden ("Fremdmodul"), sofern es die folgenden Bedingungen erfüllt:<br>- Das Modul hat mindestens 6 Leistungspunkte,<br>- Es liegt eine Modulbeschreibung vor, die auch einen englischen Modultitel enthält,<br>- Das Modul ist benotet.<br>- Für die Anerkennung in einem Masterstudiengang muss das Fremdmodul ebenfalls aus einem Masterstudiengang stammen. |         |                  |            |                         |                      |
| Anmerkungen:<br>- Das Fremdmodul kann auch von außerplanmäßigen Blockveranstaltungen wie Summerschools stammen und/oder von Einrichtungen, wie bspw. der Ruhr-Master-School, die von wissenschaftlichen Hochschulen getragen werden.<br>- Bei Fremdmodulen, die keine ECTS-Leistungspunkte ausweisen, ist eine Anerkennung möglich, wenn die äquivalente Workload anderweitig nachgewiesen wird.<br>- Das bestandene Fremdmodul erscheint mit dem Originaltitel und dem englischen Originaltitel auf dem Abschlusszeugnis.          |         |                  |            |                         |                      |



- Die hier beschriebene freie Wahl eines Wahlpflichtmoduls ist nur einmal innerhalb des jeweiligen Katalogs möglich.
- Bei nicht nationalen Hochschulen ist vorab zu klären, ob Prüfungsleistungen aus dieser Hochschule grundsätzlich anerkannt werden können.
- Die Beweispflicht für die o.g. Bedingungen liegt bei der/dem Studierenden. Im Zweifelsfalle sollte mit dem Prüfungsausschuss bzw. seiner/seinem Vorsitzenden Rücksprache gehalten werden, bevor ein solches Fremdmodul besucht wird.

Das Modul kann nur einmalig verwendet werden.

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

### 3 Wahlpflichtmodule allgemein

#### Institutionale Finanzdienstleistungen

Financial Services

|  |   |                  |            |                         |                              |
|--|---|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| <b>Kürzel:</b>   |   | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>   | 2 | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Sommersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>   |   |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Finanzdienstleistungen   |   |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Vorlesung, Praktikum, Seminar  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| ca. 20   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden kennen die vielfältigen Arten, die Besonderheiten und die Bedeutung von Finanzdienstleistungen in modernen Volkswirtschaften.</li> <li>- Sie sind in der Lage, ausgewählte Finanzdienstleistungen als Instrumente des Finanzmanagements zielgerichtet auszuwählen und einzusetzen.</li> <li>- Sie besitzen vertiefte Kenntnisse über Produktion, Vermarktung und Einsatz dieser ausgewählten Finanzdienstleistungen; speziell von Bankkrediten, Bankeinlagen und Derivaten.</li> </ul>   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Grundlagen und Existenz von Banken/Finanzdienstleistungen</li> <li>- Der Bankkredit <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theorie des Kreditgeschäftes</li> <li>- Handel und Verbriefung von Krediten</li> </ul> </li> <li>- Einlagen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sparen: Empirie und Theorie</li> <li>- Arten von Bankeinlagen</li> </ul> </li> <li>- Derivate <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arten und Einsatzmöglichkeiten von Derivaten</li> <li>- Allgemeine Bewertung von Derivaten</li> <li>- Aktienderivate</li> <li>- Zinsderivate</li> <li>- Kreditderivate</li> </ul> </li> </ul> |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule allgemein   |   |                  |            |                         |                              |
| Wahlpflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung, Wahlpflichtmodule allgemein  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Keine  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Klausur, Zwischenprüfung   |   |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Erke   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Erke   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Hartmann-Wedels, Thomas/ Pfungsten, Andreas/ Weber, Martin: Bankbetriebslehre. 5. Auflage, Springer 2010;<br>Hiller/Grindblatt/Titman: Financial Markets and Corporate Strategy: European Edition, MacGraw-Hill, 2008.   |   |                  |            |                         |                              |

### 3 Wahlpflichtmodule allgemein

#### Modelle und Methoden der Marktforschung

Models and Methods for Market Research

|   |     |                  |            |                         |                              |
|---|-----|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| <b>Kürzel:</b>  | MMM | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>  | 2   | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Sommersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |     |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Vorlesung   |     |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Vorlesung, Seminar  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| ca. 20  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden kennen die Aufgaben der Marktforschung für Dienstleistungen,</li> <li>- Sie sind in der Lage, für unterschiedliche spezifische Fragestellungen, die die gemeinsame Analyse zahlreicher Merkmale erfordern, geeignete Modelle und Analyseverfahren auszuwählen,</li> <li>- Sie können sich ein multivariates Verfahren eigenständig erschließen und seine Leistungsfähigkeit darstellen und beurteilen.</li> </ul> |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgaben der Marktforschung für Dienstleistungen,</li> <li>- Der Marktforschungs-Prozess,</li> <li>- Modellierung von Zusammenhängen,</li> <li>- Grundlagen der statistischen Analyse multivariater Daten,</li> <li>- Methoden und Verfahren zur Auswertung multivariater Daten.</li> </ul>  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule allgemein  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Keine   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Klausur, schriftliche Ausarbeitung  |     |                  |            |                         |                              |
| Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| siehe Prüfungsordnung   |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Christof  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |     |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Christof  |     |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |     |                  |            |                         |                              |
| Backhaus, K./ Erichson, B./ Plinke, W./ Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 13. Auflage, Springer, Berlin, 2011;<br>Böhler, H.: Marktforschung, 3. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart 2004   |     |                  |            |                         |                              |

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

### 3 Wahlpflichtmodule allgemein

#### Qualitative Marktforschung

Qualitative Market Research Methods

|   |   |                  |            |                         |                              |
|---|---|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| <b>Kürzel:</b>  |   | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>  | 2 | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Sommersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |   |                  |            | <b>Präsenzzeit</b>      | <b>Selbststudium</b>         |
| Qualitative Marktforschung  |   |                  |            | 60 h                    | 120 h                        |
| <b>Lehrformen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Übung, Seminar  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| ca. 20  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden verfügen über Entscheidungsfähigkeiten zum adäquaten Einsatz quantitativer und qualitativer Verfahren in der Marktforschung</li> <li>- Sie verfügen über methodologische und methodische Kenntnisse der qualitativen Markt- und Sozialforschung</li> <li>- Sie können Ergebnisse von Experteninterviews als Grundlage für Managemententscheidungen analysieren und bewerten</li> <li>- Sie verfügen über die Fähigkeit mittels qualitativer Verfahren eigenständige Forschungen durchzuführen (Experteninterviews) und diese zu analysieren und zu bewerten</li> <li>- Sie können die Ergebnisse von Experteninterviews interpretieren und Empfehlungen für Managemententscheidungen entwickeln.</li> </ul>   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedeutung Qualitativer Marktforschung als externe Dienstleistung und Bestandteil interner Forschung</li> <li>- Branchenstruktur der Marktforschungsinstitute - Methodologie und Methodik qualitativer Marktforschung</li> <li>- Leitfadenerstellung - Interviewtechniken (narrativ, leitfadenorientiert, Experteninterviews)</li> <li>- Frageformen - Interviewdurchführung</li> <li>- Transkription - Paraphrasierung - Einzel- und Gesamtinterpretation von Interviewtexten</li> </ul>   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Verwendbarkeit des Moduls</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule allgemein  |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Keine   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Prüfungsformen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| schriftliche Ausarbeitung   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Bestandene Modulprüfung   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Einfaches Leistungspunkte-Gewicht   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Schwark   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Modulbeauftragte(r)</b>  |   |                  |            |                         |                              |
| Prof. Dr. Schwark   |   |                  |            |                         |                              |
| <b>Sonstige Informationen</b>   |   |                  |            |                         |                              |
| <p>Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung der Studierenden sowie wissenschaftliche Übung, Exkursion zu einem Marktforschungsinstitut, Referat durch einen Vertreter/eine Vertreterin eines Marktforschungsinstituts</p> <p>Literatur: Bogner, A. et al. (Hrsg.): Experteninterviews. Theorien, Methoden, Anwendungsfelder, Wiesbaden 2009 (3. Auflage); Buber, R.; Holzmüller, H. (Hrsg.): Qualitative Marktforschung, Konzepte - Methoden - Analysen, Wiesbaden 2007 Gläser, J.; Laudel, G.: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, Wiesbaden 2010 (4. Auflage) Helfferich, C.: Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews, Wiesbaden 2011 (4. Auflage) Przyborski, A.; Wohlrab-Sahr, M.: Qualitative Sozialforschung, München 2008</p> <p>(Z) Forum: Qualitative Sozialforschung (<a href="http://www.qualitative-research.net">www.qualitative-research.net</a>)</p> |   |                  |            |                         |                              |

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

### 3 Wahlpflichtmodule allgemein

| Strategisches Controlling und Unternehmensplanung   |     |                  |                    |                         |                              |
|---|-----|------------------|--------------------|-------------------------|------------------------------|
| Strategic Controlling and Corporate Planning  |     |                  |                    |                         |                              |
| <b>Kürzel:</b>  | SCP | <b>Workload:</b> | 180 h              | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b>  | 2   | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester         | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Sommersemester |
| <b>Lehrveranstaltungen</b>  |     |                  | <b>Präsenzzeit</b> | <b>Selbststudium</b>    |                              |
| Seminaristische Vorlesung   |     |                  | 30 h               | 60 h                    |                              |
| Planspiel Going Global  |     |                  | 30 h               | 60 h                    |                              |
| <b>Lehrformen</b>   |     |                  |                    |                         |                              |
| Vorlesung, Übung, Sonstige  |     |                  |                    |                         |                              |
| <b>Gruppengröße</b>   |     |                  |                    |                         |                              |
| ca. 20  |     |                  |                    |                         |                              |
| <b>Qualifikationsziele</b>  |     |                  |                    |                         |                              |
| <p>Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können die Notwendigkeit eines strategischen Managements im Unternehmen begründen, dessen Aufgaben einordnen sowie Elemente der Unternehmenskultur - Grundlage der Unternehmensstrategie - umreißen und anhand von (Praxis-)Beispielen illustrieren und deren Zusammenspiel mit der Zielbildung charakterisieren ,</li> <li>- können den Prozess der Strategischen Unternehmensführung beschreiben und deren Aufgabenstellung an das strategische Controlling als Unterstützungsfunktion ableiten und strukturieren,</li> <li>- sind in der Lage, das System des strategischen Controllings aufzuzeigen und zu erklären und von dem des operativen Controllings abzugrenzen,</li> <li>- können die Aufgaben des strategischen Controllings auf Basis des strategischen Planungsprozesses organisieren und in Beziehung zueinander setzen,</li> <li>- können die Instrumente des strategischen Controllings, insb. der strategischen Planung anwenden, im Hinblick auf betriebliche Aufgabenstellungen überprüfen, im Gesamtzusammenhang arrangieren und auf eigene Aufgabenstellungen übertragen,</li> <li>- können die unterschiedliche Planungsebenen im Unternehmen unterscheiden, die Aufgaben der Unternehmensplanung einordnen und die Zusammenhänge der Pläne bzw. integrierten Planung erkennen ,</li> <li>- können insbesondere die Finanzpläne erstellen und deren Ergebnisse im Hinblick auf den Zielerrechnungsgrad auch der Unternehmensstrategie analysieren und kommentieren,</li> <li>- können die Grenzen der integrierten Unternehmensplanung kritisch hinterfragen und Alternativen selbstständig erarbeiten und Stellung nehmen,</li> <li>- können auf Basis eines Planspiels selbstständig Strategien entwerfen und überprüfen, Instrumente der strategischen Planung anwenden und die Auswirkungen auf die Unternehmensplanung (operative Pläne sowie Finanzpläne) ermitteln und beurteilen sowie Schlüsse auf die strategischen Entscheidungen ziehen sowie</li> <li>- können auf Basis eines Planspiels die besonderen Aufgaben einer Internationalisierungsstrategie herausarbeiten und charakterisieren.</li> </ul> |     |                  |                    |                         |                              |
| <b>Inhalte</b>  |     |                  |                    |                         |                              |
| <p>1. Strategisches Management und strategischer Management-Prozess</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Der Strategiebegriff und Einordnung des strategischen Managements</li> <li>- Unternehmenskultur und Zielbildung: Vision - Mission - Strategie - Leitbild</li> <li>- Geschäfts- und Entwicklung von Unternehmens- und Geschäftsfeldstrategien</li> <li>- Strategischer Management-Prozess und Planungsebenen im Unternehmen</li> </ul> <p>2. Strategisches Controlling und Planung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivation und Einordnung eines strategischen Controllings, Abgrenzung</li> <li>- Leitbildcontrolling versus Kennzahlencontrolling</li> <li>- Ablauf des strategischen Planungsprozesses und der strategischen Kontrolle</li> <li>- Strategische Planung: Unternehmens-, Markt- und Wettbewerbsanalyse, Strategieformulierung</li> <li>- Strategische Kontrolle: Strategische Wahl und Implementierung bzw. Operationalisierung der Strategie</li> <li>- Strategische Information(systeme): Frühwarn- und Früherkennungssysteme</li> <li>- Exkurs: M&amp;A-Transaktionen, Beteiligungslebenszyklus, Due Dilligence</li> <li>- Instrumente des strategischen Controllings und der Planung, z.B. Übungen zu Leitbildern, Branchenstrukturmodell nach Porter, Portfoliomanagement, PEST-Analyse, GAP-Analyse, Wertanalyse etc. (parallel zu 2. in Fallstudien und Übungen)</li> </ul> <p>3. (integrierte) Unternehmensplanung</p>  |     |                  |                    |                         |                              |

- Von der Strategischen Planung über die Mittelfristplanung zur operativen Unternehmensplanung
  - Bestandteile und Ablauf einer (integrierten) Unternehmensplanung
  - Operative Pläne und deren Zusammenhang: Absatzplan, Produktionsplan, Investitionsplan etc.
  - Kosten- und Ergebnisplanung, Plan-GuV, Planbilanz
  - Liquiditäts- und Finanzplanung
  - Instrumente der Unternehmensplanung, z.B. Produktionsplanung, Gemeinkostenplanung, Ergebnisplanung, Umsatz-Rendite-Modelle etc.
  - Exkurs: Unternehmensbewertung, Stress-Tests
4. Planspiel Going Global (parallel)

Der inhaltliche Fokus dieser Veranstaltung liegt auf den Abschnitten 2. und 3., dabei wird auch auf die Besonderheiten der Dienstleistungsbranche abgestellt.

**Verwendbarkeit des Moduls**

Pflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung

Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule allgemein

**Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse**

Grundlagen der BWL, Grundlagen des Managements, Grundlagen des Controllings

**Prüfungsformen**

Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

**Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten**

Bestandene Modulprüfung

**Stellenwert der Note in der Endnote**

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

**Hauptamtlich Lehrende(r)**

Prof. Dr. Pietschmann

**Modulbeauftragte(r)**

Prof. Dr. Pietschmann

**Sonstige Informationen**

Literatur:

Baum, H.G.; Coenenberg, A., G., Günther, T.: Strategisches Controlling, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2013

Baumüller, J., Hartmann, A., Kreuzer, C.: Integrierte Unternehmensplanung: Grundlagen, Funktionsweise und Umsetzung, Linde Verlag, Wien, 2015

Bea, F., X., Haas, J.: Strategisches Management, 8. Auflage, UTB Verlag Stuttgart, 2017

Bucholz, L.: Strategisches Controlling - Grundlagen - Instrumente - Konzepte, 2. Auflage, Springer Gabler, Berlin, 2013

Burger, A.; Ulbrich, P., Ahlemeyer, N.: Beteiligungscontrolling, 2. Auflage, Oldenbourg, München, 2010

Eicker, S., Kress, S., Lelke, F.: Wertorientierung im Strategischen Managementprozess konzerngebundener Dienstleistungsunternehmen. In: Controller-Magazin, Heft 3/06. S. 284-291, Mai 2006

Dörner, D.: Die Logik des Mißlingens, Strategisches Denken in komplexen Situationen, 14. Auflage, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Berlin 2013

Graumann, M.: Controlling, 4. Auflage, NWB-Verlag, Herne, 2014

Graumann, M.: Fallstudien zum Controlling - Strategisches und operatives Controlling, 3. Auflage, NWB-Verlag, Herne, 2014

Hammer, R.: Unternehmensplanung - Planung und Führung, 9. Auflage, De Gruyter, Berlin, 2015

Hörvath, P.: Controlling, 12. Auflage, Vahlen, München, 2011

Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, Ziele - Prozesse - Verfahren, 8. Auflage, Gabler Wiesbaden, 2014

Kohlert, H.: Unternehmensanalyse und strategische Planung, Verlag Kohlhammer, Stuttgart, 2016

Littkemann, J., Zündorf, H. (Hrsg.): Beteiligungscontrolling, nwb, Herne, 2004

Lippold, D.: Marktorientierte Unternehmensplanung - Eine Einführung, Springer Gabler, Berlin, 2015

Meier, H.: Unternehmensführung - Aufgaben und Techniken des betrieblichen Managements, 5. Auflage, NWB-Verlag, Herne, 2012;

Schröder, E. F.: Modernes Unternehmenscontrolling - Handbuch für die Unternehmenspraxis, 8. Auflage, Kiehl,

Ludwigshafen, 8. Auflage, 2003; Welge, M., K., Al-Laham, A.: Strategisches Management - Grundlagen - Prozess -

Implementierung, 6. Auflage, Springer, Gabler, Berlin, 2012

sowie Unterlagen zum Planspiel Going Global von Topsisim, Tata Systems

Stand: Druckdatum: 09.10.2024

### 3 Wahlpflichtmodule allgemein

#### Wertmanagement und -controlling

Value Based Management and Controlling

|                  |     |                  |            |                         |                              |
|------------------|-----|------------------|------------|-------------------------|------------------------------|
| <b>Kürzel:</b>   | WMC | <b>Workload:</b> | 180 h      | <b>Leistungspunkte:</b> | 6                            |
| <b>Semester:</b> | 3   | <b>Dauer:</b>    | 1 Semester | <b>Häufigkeit:</b>      | Regelmäßig im Wintersemester |

| Lehrveranstaltungen                       | Präsenzzeit | Selbststudium |
|---|-------------|---------------|
| Wertmanagement und -controlling Vorlesung | 30 h        | 60 h          |
| Wertmanagement und -controlling Übung     | 30 h        | 60 h          |

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung, Seminar

#### Gruppengröße

ca. 20

#### Qualifikationsziele

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben,

- kennen die veränderten Tendenzen der Finanzierung von Unternehmen und können deren Auswirkungen auf das Management der Unternehmen und das Controlling folgern (Taxonomiestufe 4),
- haben einen umfassenden Einblick in die Ermittlung der Kapitalkostenvorgabe erhalten und können diese selbständig darstellen und deren Einflussfaktoren erklären und beurteilen (Taxonomiestufe 5),
- kennen die unterschiedlichen wertorientierten Kennzahlensysteme, können diese gegenüberstellen und für den Einsatz in der betrieblichen Praxis evaluieren (Taxonomiestufe 6),
- können die Anforderungen und Handlungsanleitungen an ein wertorientiertes Management darstellen und die Werttreiber in Beziehung setzen (Taxonomiestufe 6),
- können auf die Auswirkungen des (eigenen) unternehmerischen Handelns auf den Wert des Unternehmens schließen (Taxonomiestufe 6),
- können die Grenzen des wertorientierten Managements aufzeigen und den Übergang zur werteorientierten Unternehmensführung darstellen (Taxonomiestufe 6),
- können die Parameter und Grenzen für die Unternehmensbewertung, insb. nach der DCF-Methode aus interner Unternehmenssicht identifizieren und das unternehmerische Handel entsprechend ausrichten und beurteilen (Taxonomiestufe 6),
- sind in der Lage, die Besonderheiten des Wertmanagements in der Dienstleistungsbranche zu erkennen und geeignete weiterführende Ansätze für Dienstleistungsunternehmen selbstständig zu erarbeiten (Taxonomiestufe 6) sowie
- sind in der Lage, geeignete Methoden auszuwählen und auf Unternehmen der Dienstleistungsbranche (z.B. industrielle Services, Logistik, Ver- und Entsorgung...) zu übertragen, anzupassen und zu erweitern (Taxonomiestufen 5 und 6).

#### Inhalte

1. Aktuelle Entwicklungen im Unternehmensumfeld mit Bezug zum Controlling
  - Schlagzeilen aus der Wirtschaftspresse und Unternehmensbeispiele als Fallbeispiele
  - Rekapitalisierung als Teil der ganzheitlichen Restrukturierung
  - Shareholder Value und das Phänomen des "Private Equity" bzw. Beteiligungsgesellschaften
2. Wertorientiertes Controlling und Wertmanagement
  - Entstehung und Idee des wertorientierten Controllings
  - Ermittlung der Kapitalkostenvorgabe
  - Konzepte und Kennzahlen des wertorientierten Controllings
3. Wertorientiertes Management im Unternehmen
  - Stellhebel der wertorientierten Unternehmensführung
  - Wertgenerator und Werttreiberkonzept
  - Einführung in die Unternehmensbewertungsansätze / DCF-Methode
4. Besonderheiten des Wertmanagements in Dienstleistungsunternehmen
  - Humanvermögens- und Investitionsrechnung
  - Wertorientierte Kennzahlen für Dienstleistungsunternehmen (z.B. VapP)
  - Wissensbilanz und immaterielle Vermögensgegenstände
5. Übungen zum wertorientierten Controlling und Beteiligungscontrolling (parallel)
  - Übungen zu wertorientierten Kennzahlen und Controlling
  - Übungen zur Unternehmensbewertung / DCF-Methode
  - Übungen zu Umsatz-Rendite: Modelle / Integrierte Planung



6. Falls möglich: Bearbeitung Aufgabenstellungen aus der Unternehmenspraxis (parallel)

**Verwendbarkeit des Moduls**

Pflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung

Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule allgemein

**Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse**

Controlling-Grundlagen

**Prüfungsformen**

Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

**Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten**

Bestandene Modulprüfung

**Stellenwert der Note in der Endnote**

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

**Hauptamtlich Lehrende(r)**

Prof. Dr. Pietschmann

**Modulbeauftragte(r)**

Prof. Dr. Pietschmann

**Sonstige Informationen**

Literatur:

Coenenberg, A. D., Salfeld., R: Wertorientierte Unternehmensführung, 2. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart, 2007

Weber, J., Bramseman, U., Heineke, C., Hirsch, B.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung - Konzepte - Implementierung - Praxisstatements, 2. Auflage, Gabler, Verlag, Wiesbaden, 2017

Günter, T.: Unternehmenswertorientiertes Controlling, Vahlen, München, 2000

Groll, K.-H.: Kennzahlen für das wertorientierte Management, Hanser, München, 2003

Landsmann, C.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung bei der E.ON AG, und Fallstudie Performance Messung, 2002;

Arbeitskreis "Wertorientierte Führung in mittelständischen Unternehmen" der Schmalenbach Gesellschaft:

Wert(e)orientierte Führung in mittelständischen Unternehmen, In: Finanz Betrieb 9/2003;

Eicker, S., Kress, S., Lelke, F.: "Wertorientierung im Strategischen Managementprozess konzerngebundener

Dienstleistungsunternehmen". In: Controller-Magazin, Heft 3. S. 284-291, Mai 2006;

Kress, S.; Lelke, F.: Performance und Value Measurement im Personalbereich - Integration, Kennzahlen und betriebliche Realität.

In: Controller Magazin, S. 29-37, Heft 4, 2009

Burger, A., Ulbrich, P., Ahlemeyer, N.: Beteiligungscontrolling, 2. Auflage, Oldenbourg, München, 2010

Littkemann, J.; Zündorf, H. (Hrsg.): Beteiligungscontrolling: Ein Handbuch für die Unternehmens- und Beratungspraxis, NWB

Verlag, Herne; 2004

Henselmann, K., Kniest, W.: Unternehmensbewertung: Praxisfälle mit Lösungen, 5. Auflage, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe,

Herne, 2015

Radinger, G.: Unternehmenswertermittlung über Multiplikatoren, In: Controller Magazin, Heft 4, 2010

Brandl, J.: Humankapitalbewertung. Abteilung für Personalmanagement Wirtschaftsuniversität Wien, 2005

Barber, F., Strack, R.: The Surprising Economics of a "People Business". In: Harvard Business Review, S. 80-90, June 2005

Auer, T.: Immaterielle Vermögenswirte bilanzieren - Auf der Suche nach dem Ei des Kolumbus. In: Mergers& Acquisitions, Heft

4, 2007

Fitz-enz, J.: How to Measure Human Resource Management. Mcgraw-Hill Professional, New York, 2000

Fitz-enz, J.: The ROI of Human Capital: Measuring the Economic Value of Employee Performance,

Mcgraw-Hill Professional, New York, 2000;

Fitz-enz, J.: HR Measurement: Formulas for Success. In: Personnel Journal, October 1985, 64. Jg. S. 53-60

Littkemann, J.: Übungen zum Controlling Band 1 und Band 2, 1. und 2. Auflage, Books on Demand, Norderstedt 2008 und 2010

sowie weitere Übungsbücher

Stand: Druckdatum: 09.10.2024