HS PF

MODULHANDBUCH

Diploma of Basic Studies
Junior Business Manager

Stand: Februar 2023

Inhalt

Diploma of Basic Studies „Junior Business Manager" 4
Berufsbegleitend zum Junior Business Manager 4
Aufbau des DBS 4
Was das Zertifikatsprogramm und das DBS besonders macht 5
Flexibles Studienmodell für Berufstätige 5
Aktivierendes Blended Learning-Konzept 5
Enge Verzahnung von Theorie und Praxis 5
Individuelle Profilbildung durch Wahlmöglichkeiten 5
Qualifikationsziele und Berufsaussichten 5
Module: 6
Modul: Analysis & Deskriptive Statistik 6
Modul: Digital Supply Chain Management 11
Modul: Management & Strategy Basics 15
Modul: Grundlagen Marketing & Vertrieb 19
Modul: Lean & Change Management Basics 23
Modul: Quality Management 26
Modul: Projektarbeit 26

Ansprechpartner:innen

Prof. Dr.-Ing. Frank Bertagnolli
Programmverantwortlicher für die Diploma of Basic Studies (DBS)
Tel. 07231 / 28 6372
frank.bertagnolli@hs-pforzheim.de

Anja Sperl M. A.
Studiengangkoordination
Tel: 07231 / 28 6037
anja.sperl@hs-pforzheim.de

Celina Hermann M. A.
Blended Learning & IT
Tel: 07231 / 28-6705
celina.hermann-ahp@hs-pforzheim.de

Younes Orli-Idrissi M. Ed.
Blended Learning & IT
Tel: 07231 / 28 6013
younes.orli-idrissi-ahp@hs-pforzheim.de

Diploma of Basic Studies „Junior Business Manager"

Berufsbegleitend zum Junior Business Manager

Das „Diploma of Basic Studies (DBS)" mit dem Schwerpunkt auf Digitalisierung, Prozesse und Marketing bildet eine Grundlage auf Hochschulniveau für die Arbeit an digitalen Prozessen und im Bereich digitalen Marketings. Mit den Modulen wird gleichzeitig der Einstieg in ein Bachelorstudium gelegt. Die angebotenen Themen sind gerade im Umfeld der gesamten Lieferkette relevant.

Mit den DBS-Weiterbildungszertifikaten können Sie Sich zu aktuellen Thematiken weiterbilden und Ihre Karrierechancen in Wirtschaft erhöhen sowie Ihren Einstieg in ein Bachelorstudium vorbereiten.

Umfang: 4 Module Wahlmodul, Projekt- bzw. Studienarbeit
Dauer: flexible, c.a. 2-3 Semester
Abschluss: Diploma of Basic Studies (DBS) "Junior Business Manager"

Aufbau des DBS

Die Studiendauer kann mit der Anzahl der belegten Module pro Semester an die persönliche Karriere- und Lebensplanung angepasst werden. **Eine Mindest- oder Höchstzahl an zu absolvierenden Modulen pro Semester gibt es nicht.**
Es werden vier Moduleabsolviert Projekt- oder Studienarbeit.

Was das Zertifikatsprogramm und das DBS besonders macht

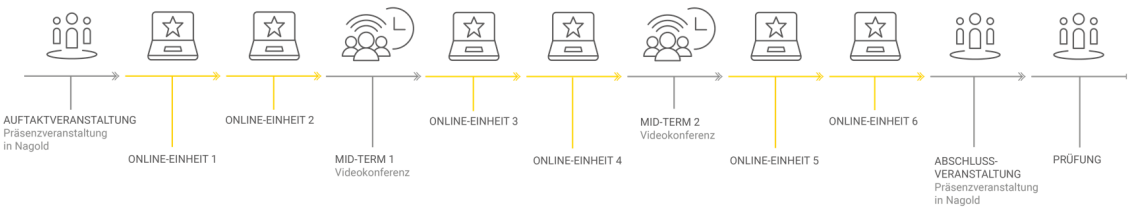
Flexibles Studienmodell für Berufstätige

Organisation, Struktur und Service sind auf die Bedürfnisse berufstätiger Studierender und deren Unternehmen ausgerichtet. Der Wechsel von kurzen Präsenzphasen **in Nagold** (insgesamt zwei Tage pro Modul) und zeit- und ortsunabhängigen Selbst- und Gruppenarbeitsphasen ermöglicht einen größtmöglichen Freiraum für die individuelle Studienplanung. Auch die gesamte Studiendauer kann mit der Anzahl der belegten Module an die persönliche Karriere- und Lebensplanung angepasst werden.

Aktivierendes Blended Learning-Konzept

Das neue Programm verfolgt den didaktischen Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt und die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten.

Jedes Modul (1 Semester) läuft wie folgt ab:



Enge Verzahnung von Theorie und Praxis

Das Programm vermittelt theoretische Grundlagen und anwendungsorientiertes Wissen. Das Lehr- und Lernkonzept basiert innerhalb der Präsenzphasen auf kleinen Gruppen, interaktivem Lernen und der Anwendung des erworbenen Wissens in Forschungs- und Praxisprojekten. Die praktischen Erfahrungen und Projekte der Teilnehmer werden aktiv in die Lehrveranstaltungen integriert.

Individuelle Profilbildung durch Wahlmöglichkeiten

Das Programm eröffnet durch die gegebenen Wahlmöglichkeiten den Blick über den Tellerrand sowie eine Profilierung.

Qualifikationsziele und Berufsaussichten

Das Diploma of Basic Studies richtet sich an Berufstätige mit Hochschulzugangsberechtigung und einer Ausbildung. Mit einem DBS werden Sie auf ein Hochschulstudium auf Bachelorniveau vorbereitet und gleichzeitig weitergebildet. Einige Credits können sich sich je nach Studiengang und Fachrichtung anrechnen lassen und so das Studium verkürzen. Nach einem Bachelorstudium haben Sie eine wissenschaftliche Qualifikation. Diese befähigt Sie auch für ein späteres Masterstudium.

Module:

Modul: Analysis & Deskriptive Statistik

Modulverantwortlicher:	Thilo Klein
Fachgebiet:	Wirtschaft oder Technik
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 16 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 60 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 44 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 26 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung.	keine
Verwendbarkeit:	Pflichtmodul im DBS Junior Business Manager
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Klausur (120 Min.)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 30 = 20%

Kurzbeschreibung

Im Rahmen dieses Moduls wird mathematisches und statistisches Basiswissen vermittelt. Dabei wird Wert darauf gelegt, auch den Bezug der mathematischen und statistischen Methoden zur Ökonomie darzulegen. Zu diesem Zweck werden unter anderem Beispiele mit wirtschaftlichem Hintergrund behandelt.

Die Notwendigkeit mathematische und statistische Verfahren verstehen, sie durchschauen und selbst anwenden zu können, ist in einer Welt, in der uns täglich Daten, Zahlen, Trends und Studien umgeben, unumgänglich geworden. Quantitative Methoden sind zu einem wichtigen Instrument nicht nur in der betriebswirtschaftlichen Entscheidungsfindung geworden. Die Studierenden erhalten einen Einblick in die Methoden, praxisrelevante Informationen über Zusammenhänge mit Hilfe entsprechender Methoden und statistischer Kennziffern darzustellen. Sie lernen dabei Irrtumsquellen und Manipulationsversuche zu erkennen und zu vermeiden.

In Teil 1 der Vorlesung (Analysis und Lineare Algebra) lernen die Studierenden unter Verwendung mathematischer Notation einfache ökonomische Sachverhalte in mathematische Modelle zu übersetzen; sind in der Lage, durch Anwendung von Differential- und Integralrechnung ökonomische Funktionen zu analysieren; verstehen grundlegende Konzepte von Optimierungsverfahren, indem sie die Methode der Lagrange-Multiplikatoren anwenden; beherrschen den Umgang mit linearen Gleichungssystemen und Matrizen; sind nach erfolgreichem Abschluss des Kurses mit mathematischen Kenntnissen ausgerüstet, die ihnen den Zugang zu den weiterführenden Veranstaltungen der Statistik und der Quantitativen Planung eröffnen.

Teil 2 der Vorlesung (Deskriptive Statistik) geht auf die Basismethoden der univariaten und bivariaten Verfahren sowie die Wahrscheinlichkeitsrechnung ein. Die Methoden werden mit Hilfe eigener Berechnungen sowie der Software R angewendet. Eine grundlegende Einführung in R ist Bestandteil des Kurses. Die Inhalte umfassen die Erhebung und Skalierung empirischer Daten, deren angemessene Präsentation, die Analyse univariater und bivariater Datensätze sowie den Umgang mit Ereignissen und deren Quantifizierung im Rahmen der Wahrscheinlichkeitsrechnung und Kombinatorik.

Lernziele

Die Teilnehmer:innen sind in der Lage …

- ✓ … diverse betriebswirtschaftliche (Optimierungs-)probleme mathematisch zu beschreiben und zu analysieren
- ✓ … einfache betriebswirtschaftliche Sachverhalte in (mathematischen) Modellen darzustellen.
- ✓ … einfache ökonomischer Sachverhalte in (mathematische) Modelle umzusetzen
- ✓ … Zusammenhänge zwischen Variablen nachvollziehen, anzuwenden oder selbst zu entwickeln.
- ✓ … die Methoden der Linearen Algebra, der Differential- und Integralrechnung sowie die mathematische Modellbildung anzuwenden.
- ✓ … die mathematischen Grundkenntnisse für die weiterführenden Veranstaltungen der Statistik und der Quantitativen Planung anzuwenden.
- ✓ ... mit gängiger Software grundlegende Methoden der Linearen Algebra anzuwenden, nachzuvollziehen und zu interpretieren. Dabei steht auch ein grundlegendes Erlernen einer Syntax im Mittelpunkt.
- ✓ … errechnete Optimallösungen von Funktionen mehrerer Variablen (z.B. mittels des Lagrange-Ansatzes oder der Marginalanalyse) zu interpretieren und deren Gültigkeitsbereiche abzuschätzen.
- ✓ … mathematische Darstellungen und Ergebnisse zu verstehen und in eindeutiger Weise in der Klausur zu verbalisieren.

- ✓ ...einfache und fortgeschrittene deskriptive Auswertungs- und Analysemethoden (uni- und bivariat) sowie Wahrscheinlichkeitsrechnungen im ökonomischen Kontext zu verstehen und zur Entscheidungsunterstützung an Praxisbeispielen sicher anzuwenden. Zudem sind sie in der Lage, eine angemessene Auswertung vorzunehmen und eine klare Kommunikation mit textuellen und grafischen Darstellungen sowie Interpretationen durchzuführen.
- ✓ ... mit gängiger statistischer Software grundlegende Methoden der beschreibenden Statistik anzuwenden, nachzuvollziehen und zu interpretieren. Dabei steht auch ein grundlegendes Erlernen einer Syntax im Mittelpunkt.
- ✓ ... quantitative Entscheidungen in Unternehmen zu begleiten und bei der Entscheidungsunterstützung mitzuwirken.
- ✓ ... die Möglichkeiten und Grenzen der statistischen Verfahren zu reflektieren, statistische Irrtumsquellen und Manipulationsversuche zu erkennen und ein Problembewusstsein bei der Anwendung und Interpretation der Methoden sowie der Ergebnisse zu entwickeln.
- ✓ ... die statistischen Problemstellungen und exakter mathematischer Notation zu beschreiben und kontextabhängig in der Klausur zu verbalisieren.
- ✓ ... die relevanten Fachbegriffe der deskriptiven Statistik in englischer Sprache zu verstehen.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen

	Programmziele	Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethode
	Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	Schriftliche Prüfung 100% Einzelleistung
1	Fachwissen		
1.1	…ihre differenzierten und fundierten Kompetenzen in allgemeiner Betriebswirtschaftslehre nachzuweisen.	… diverse betriebswirtschaftliche (Optimierungs-)probleme mathematisch zu beschreiben und zu analysieren … einfache betriebswirtschaftliche Sachverhalte in (mathematischen) Modellen darzustellen.	X
1.2	…ihre differenzierten und fundierten volkswirtschaftlichen Kompetenzen nachzuweisen.	… einfache ökonomischer Sachverhalte in (mathematische) Modelle umzusetzen	X

		… Zusammenhänge zwischen Variablen nachvollziehen, anzuwenden oder selbst zu entwickeln.	
1.4	…betriebswirtschaftliche Probleme mit quantitativen Methoden und auf der Grundlage fundierter Kompetenzen bei der Datenrecherche lösen zu können.	… die Methoden der Linearen Algebra, der Differential- und Integralrechnung sowie die mathematische Modellbildung anzuwenden. … die mathematischen Grundkenntnisse für die weiterführenden Veranstaltungen der Statistik und der Quantitativen Planung anzuwenden.	X
2	Digitale Kompetenzen		
2.1	…relevante, in der betrieblichen Praxis eingesetzte IT-Softwaretools und deren Funktionen zu kennen und zu verstehen und verfügen über ein Grundverständnis für digitale Technologien.	... mit gängiger Software grundlegende Methoden der Linearen Algebra anzuwenden, nachzuvollziehen und zu interpretieren. Dabei steht auch ein grundlegendes Erlernen einer Syntax im Mittelpunkt.	X
3	Kritisches Denken und analytische Fähigkeiten		
3.1	…geeignete Methoden kompetent zu verwenden und auf komplexe Fragestellungen anzuwenden.	… errechnete Optimallösungen von Funktionen mehrerer Variablen (z.B. mittels des Lagrange-Ansatzes oder der Marginalanalyse) zu interpretieren und deren Gültigkeitsbereiche abzuschätzen.	X
4	Ethisches Bewusstsein und Nachhaltigkeit		
5	Kommunikations- und Teamfähigkeit		
5.1	…komplexe Sachverhalte in klarer schriftlicher Form auszudrücken.	… mathematische Darstellungen und Ergebnisse zu verstehen und in eindeutiger Weise in der Klausur zu verbalisieren.	X
6	Internationalisierung		

	Programmziele	Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethode
	Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	Schriftliche Prüfung 100% Einzelleistung
1	Fachwissen		
1.4	…betriebswirtschaftliche Probleme mit quantitativen Methoden und auf der Grundlage fundierter Kompetenzen bei der Datenrecherche lösen zu können.	...einfache und fortgeschrittene deskriptive Auswertungs- und Analysemethoden (uni- und bivariat) sowie Wahrscheinlichkeitsrechnungen im ökonomischen Kontext zu verstehen und zur Entscheidungsunterstützung an Praxisbeispielen sicher anzuwenden. Zudem sind sie in der Lage, eine angemessene Auswertung vorzunehmen und eine klare Kommunikation mit textuellen und grafischen Darstellungen sowie Interpretationen durchzuführen.	X
2	Digitale Kompetenzen		
2.1	…relevante, in der betrieblichen Praxis eingesetzte IT-Softwaretools und deren Funktionen zu kennen und zu verstehen und verfügen über ein Grundverständnis für digitale Technologien.	... mit gängiger statistischer Software grundlegende Methoden der beschreibenden Statistik anzuwenden, nachzuvollziehen und zu interpretieren. Dabei steht auch ein grundlegendes Erlernen einer Syntax im Mittelpunkt.	X
3	Kritisches Denken und analytische Fähigkeiten		
3.1	…geeignete Methoden kompetent zu verwenden und auf komplexe Fragestellungen anzuwenden.	... quantitative Entscheidungen in Unternehmen zu begleiten und bei der Entscheidungsunterstützung mitzuwirken.	X
3.2	…Ergebnisse umfassend zu interpretieren, kritisch zu reflektieren und eigene ganzheitliche Lösungsalternativen für komplexe Fragestellungen zu erarbeiten.	... die Möglichkeiten und Grenzen der statistischen Verfahren zu reflektieren, statistische Irrtumsquellen und Manipulationsversuche zu erkennen und ein Problembewusstsein bei der Anwendung und Interpretation der Methoden sowie der Ergebnisse zu entwickeln.	X
4	Ethisches Bewusstsein und Nachhaltigkeit		
5	Kommunikations- und Teamfähigkeit		
5.1	…komplexe Sachverhalte in klarer schriftlicher Form auszudrücken.	... die statistischen Problemstellungen und exakter mathematischer Notation zu beschreiben und kontextabhängig in der Klausur zu verbalisieren.	X
6	Internationalisierung		
6.1	…Herausforderungen von Unternehmen im internationalen Kontext zu verstehen und zu erklären.	... die relevanten Fachbegriffe der deskriptiven Statistik in englischer Sprache zu verstehen.	X

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch eine Klausur (120 Min.), bestehend aus zwei Teilen (Teil 1 und 2), am Ende des Semesters erbracht. Beide Teile der Klausur müssen getrennt voneinander bestanden werden. Für den 60-minütigen Teil 1 sind Aufgaben aus der Analysis und Linearen Algebra vorgesehen. Dieser Teil der Klausur muss mit mindestens 30 von 60 erreichbaren Punkten bestanden sein. Der 60-minütige Teil 2 beschäftigt sich dann mit der Deskriptiven Statistik. Darin können ebenfalls maximal 60 Punkte erreicht werden und ab einer Punktzahl von 30 ist dieser Teil der Klausur ebenfalls bestanden.

Folgendes Bewertungsschema wende ich an: 'Sehr gut' bedeutet herausragende Leistung die weit über dem Durchschnitt liegt. 'Gut' bedeutet gute Leistung, die über dem Durchschnitt liegt. 'Befriedigend' bedeutet durchschnittliche Leistung, welche durchaus Mängel aufweist, jedoch den Anforderungen grundsätzlich entspricht. 'Ausreichend' bedeutet unterdurchschnittliche Leistung mit auffälligen Mängeln. ‚Mangelhaft' bedeutet nicht akzeptable Leistung, welche den Anforderungen nicht mehr entspricht.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Überblick	PE
2.	Grundlagen	
3.	Software	
4.	Analysis: Funktionen Statistik: Datenerhebung	OE 1
5.	Analysis: Differentialrechnung Statistik: univariate Daten	OE 2
6.	Problem Set 1	VC
7.	Problem Set 2	
8.	Analysis: Integralrechnung Statistik: bivariate Daten	OE 3
9.	Analysis: Optimierung Statistik: Korrelation	OE4
11.	Problem Set 3	VC
12.	Problem Set 4	
13.	Analysis: Multivariate Optimierung Statistik: Regression	OE 5
14.	Analysis: Lineare Algebra Statistik: Wahrscheinlichkeitstheorie	OE 6
15.	Problem Set 5	PE
16.	Problem Set 6	
17.	Mock Exam	

PE	Präsenz-Moduleinheit	OE	Online Moduleinheit	VC	Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Weiterbildungsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität der TeilnehmerInnen zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

Handl, A. und Kuhlenkasper, T (2018): Einführung in die Statistik – Theorie und Praxis mit R, Springer Verlag.

Sydsaeter, K., P. Hammond und A. Strom (2018): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 5. Auflage, Pearson Verlag.

Modul: Digital Supply Chain Management

Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Frank Schätter
Fachgebiet:	Wirtschaft
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 16 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 42 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 8 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Hausarbeit 80 Stunden Selbststudium und Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung.	keine
Verwendbarkeit:	Pflichtmodul im DBS „Junior Business Manager“
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Präsentation der Hausarbeit SCOR & Klausur (60 Min.)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 20 = 30%

Kurzbeschreibung

Die Veranstaltung behandelt zum einen die Instrumente des Supply Chain Managements zur Gestaltung, Planung, Umsetzung und Optimierung der beinhalteten Prozesse. Es wird hierzu ein Prozessreferenzmodell vorgestellt und angewendet. Zu anderen werden die Potentiale der digitalen Transformation von Unternehmen und deren Potentiale für das Supply Chain Management beleuchtet und im Rahmen der datengestützten Simulation und Planung des Supply Chain Designs vertieft.

Lernziele

Die Teilnehmer:innen …

- ✓ verstehen die Bedeutung von unternehmensinternen und -übergreifenden Prozessen und deren Verknüpfungen im Supply Chain Management
- ✓ können eine Supply Chain unter Nutzung eines Prozessreferenzmodells darstellen und Verbesserungspotentiale identifizieren.
- ✓ verstehen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um Prozessverbesserungen zu erreichen.
- ✓ können die relevanten Aspekte der digitalen Transformation von Lieferketten darstellen.
- ✓ Können Methoden der Standortplanung unter Nutzung logistischer Daten einsetzen.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen

Programmziele		Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethoden	
	Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	Hausarbeit	Schriftliche Prüfung
			30%	70%
			Gruppenleistung	Einzelleistung
1	Fachwissen			
1.1	…ihre differenzierten und fundierten Kompetenzen in allgemeiner Betriebswirtschaftslehre nachzuweisen.	… vertiefte Kenntnisse über Konzepte, Methoden und Instrumente im Bereich Supply Chain Management nachzuweisen.		X
1.4	…betriebswirtschaftliche Probleme mit quantitativen Methoden und auf der Grundlage fundierter Kompetenzen bei der Datenrecherche lösen zu können.	… Daten zur Simulation und Lösung einer Standortentscheidung im Rahmen des Supply Chain Designs zu nutzen.		X
1.5	…ein fundiertes Expertenwissen in ihrer Spezialisierung nachzuweisen.	… durch Nutzung des Prozessreferenzmodells SCOR die Hauptprozesse einer Supply Chain darzustellen und Verbesserungspotentiale zu identifizieren.	X	
2	Digitale Kompetenzen			
2.2	…die im betrieblichen Umfeld vorzufindenden Informationssysteme effektiv zur Problemlösung zu nutzen.	… Möglichkeiten der Digitalisierung von Unternehmen und Lieferketten zu beschreiben.		X
2.3	…digitale Technologien zur Interaktion, Kollaboration und Kommunikation effektiv einzusetzen.	… eine Aufgabenstellung zu SCOR im virtuellen Raum zu präsentieren und zu reflektieren.	X	
2.4	…im professionellen Umfeld digitale Technologien verantwortungsbewusst einzusetzen.	… Aspekte der digitalen Transformation in Unternehmen zu verstehen.		X
3	Kritisches Denken und analytische Fähigkeiten			
3.2	…Ergebnisse umfassend zu interpretieren, kritisch zu reflektieren und eigene ganzheitliche Lösungsalternativen für komplexe Fragestellungen zu erarbeiten.	… Anwendungsergebnisse in und zwischen den Gruppen kritisch zu diskutieren.	X	
4	Ethisches Bewusstsein und Nachhaltigkeit			
	…fundierte Lösungsstrategien in den Bereichen Ethik, nachhaltige Entwicklung und gesellschaftliche Verantwortung zu entwickeln und auf typische wirtschaftliche Entscheidungsprobleme anzuwenden.	… vertiefende Aspekte des digitalen Supply Chain Managements, z.B. deren Nutzen für die nachhaltige Gestaltung von Lieferketten, zu verstehen.		X
5	Kommunikations- und Teamfähigkeit			
5.1	…komplexe Sachverhalte in klarer schriftlicher Form auszudrücken.	… die behandelten Themen des digitalen Supply Chain Managements auch beschreiben zu können.		X
5.2	… ihre mündliche Ausdrucksfähigkeit durch überzeugende Präsentationen zu zeigen.	… eigene Lösungen zu präsentieren und zu verteidigen.	X	

5.3	…erfolgreich im Team zu arbeiten und weisen dies im Rahmen praktischer Aufgabenstellungen nach.	… die Aufgabenstellung zu SCOR im Team zu bearbeiten.	X	
6	Internationalisierung			
6.1	…Herausforderungen von Unternehmen im internationalen Kontext zu verstehen und zu erklären.	… Digitalisierung mit weiteren Megatrends, wie Globalisierung, zu verknüpfen.		X

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch eine Hausarbeit mit Präsentation (Gruppenleistung) während der ersten Midterm-Veranstaltung und einer Klausur (60 Min.) am Ende des Semesters erbracht. Die Hausarbeit mit Präsentation geht zu 30%, die Klausur zu 70% in die Gesamtnote ein.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Einführung in das digitale Supply Chain Management	PE
2.	Supply Chain Prozesse, Entscheidungsprobleme	
3.	Megatrends	
4.	Supply Chain Operations Reference Model (SCOR)	OE 1
5.	Übung: SCOR im eigenen Bereich	OE 2
6.	Präsentation & Diskussion Übung SCOR	VC
7.	Digitale Transformation von Unternehmen und Supply Chains	OE 3
8.	Supply Chain Design: Planung und Simulation	OE 4
9.	Vertiefung Supply Chain Design: Standortplanung	VC
10.	Supply Chain Resilienz vs. Effizienz	OE 5
11.	Vertiefende Aspekte des digitalen Supply Chain Managements	OE 6
12.	Supply Chains der Zukunft – ein Szenario-Workshop	PE

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Weiterbildungsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität der TeilnehmerInnen zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

Appelfeller, W. & Feldmann, C. (2018): Die digitale Transformation eines Unternehmens – Systematischer Leitfaden mit zehn Elementen zur Strukturierung und Reifegradmessung, Springer Gabler, Wiesbaden.

Chopra, S. & Meindl, P. (2014): Supply Chain Management – Strategie, Planung und Umsetzung, Pearson, Hallbergmoos.

Fend, L. & Hofmann, J., Hrsg. (2022): Digitalisierung in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen. Springer Gabler, Wiesbaden

Gärtner, C. & Heinrich, C., Hrsg. (2018): Fallstudien zur digitalen Transformation – Case Studies für die Lehre und praktische Anwendung. Springer Gabler, Wiesbaden.

Modul: Management & Strategy Basics

Modulverantwortlicher:	Dr. Max Monauni
Fachgebiet:	Wirtschaft
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 16 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 60 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 44 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Simulation 26 Stunden Prüfungsvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung.	keine
Verwendbarkeit:	Pflichtmodul im DBS
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Präsentation und Fragen (30 Min.)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 30 = 20%

Kurzbeschreibung

Die Teilnehmenden übernehmen durch das Unternehmensplanspiel „TOPSIM – easy Management“ die virtuelle Geschäftsführung eines mittelständischen Unternehmens, welches über mehrere Geschäftsjahre gesteuert wird. Die Studierenden managen Ihre Unternehmen im Team, beginnend auf einem Heimatmarkt. Um neue Wachstumspotentiale zu generieren ist der Eintritt in einen ausländischen Markt, die Belieferung von Großabnehmern und die Teilnahme an Ausschreibungen möglich. Nach Abgabe der Unternehmensentscheidungen werden die individuellen Ergebnisse direkt im unternehmerischen Berichtswesen sichtbar.

Lernziele

Die Teilnehmenden…

- ✓ kennen Methoden und Instrumente des Marketings und setzen diese in operative Handlungskonzepte um,
- ✓ können die Auswirkungen von Produktionsentscheidungen und Kapazitätsinvestitionen auf die Herstellkosten prognostizieren und berechnen,

- ✓ kennen die Grundkonzepte des strategischen Managements und können unternehmensindividuelle Zielsetzungen formulieren,
- ✓ können die Folgen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen auf die kurz- und langfristigen Unternehmensergebnisse abschätzen,
- ✓ sind in der Lage die Entscheidungsfindungsprozesse im Team effizient zu gestalten,
- ✓ können mit Zielkonflikten und unsicheren Entscheidungssituationen umgehen, die unter Zeitdruck und unsicheren Zukunftserwartungen zu bewältigen sind,
- ✓ sind in der Lage, Verantwortung im Team für eine langfristige Unternehmensführung zu übernehmen und ihre Entscheidungen und die daraus resultierenden Unternehmensergebnisse klar zu kommunizieren.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen

	Programmziele	Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethoden	
	Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	Unbenotete Prüfungsleistung	Mündliche Prüfung
			10%	90%
			Gruppenleistung	Gruppenleistung
1	Fachwissen			
1.1	…ihre differenzierten und fundierten Kompetenzen in allgemeiner Betriebswirtschaftslehre nachzuweisen.	… die vermittelten betriebswirtschaftlichen Grundlagen auf Herausforderungen der markt-orientierten und strategischen Unternehmensführung auf konkrete Entscheidungssituationen anzuwenden.	X	X
2	Digitale Kompetenzen			
2.3	…digitale Technologien zur Interaktion, Kollaboration und Kommunikation effektiv einzusetzen.	… entscheidungsrelevante Daten aus dem betrieblichen Rechnungswesen (dargestellt über ein interaktives Management-Cockpit) situationsgerecht zu nutzen	X	X
3	Kritisches Denken und analytische Fähigkeiten			
3.1	…geeignete Methoden kompetent zu verwenden und auf komplexe Fragestellungen anzuwenden.	…eigene Problemlösungsfähigkeiten bei der virtuellen Führung eines Unternehmens (mit unterschiedlichen Methoden) immer wieder in neuen, unvertrauten Situationen einzusetzen.		X
3.2	…Ergebnisse umfassend zu interpretieren, kritisch zu reflektieren und eigene ganzheitliche Lösungsalternativen für komplexe Fragestellungen zu erarbeiten.	…mit steigender Komplexität und Entscheidungsinterkonnektivität unter Unsicherheit umzugehen.	X	X
4	Ethisches Bewusstsein und Nachhaltigkeit			
	…fundierte Lösungsstrategien in den Bereichen Ethik, nachhaltige Entwicklung und gesellschaftliche Verantwortung zu entwickeln und auf typische wirtschaftliche Entscheidungsprobleme anzuwenden.	… die Auswirkungen eigener Entscheidungen auf die Unternehmensergebnisse sowie auf die Share- und Stakeholder des Unternehmens abzuschätzen.		X
5	Kommunikations- und Teamfähigkeit			
5.2	… ihre mündliche Ausdrucksfähigkeit durch überzeugende Präsentationen zu zeigen.	…ihre Entscheidungsgründe und die daraus resultierenden Unternehmensentwicklung nachvollziehbar zu erläutern.	X	X
5.3	…erfolgreich im Team zu arbeiten und weisen dies im Rahmen praktischer Aufgabenstellungen nach.	… Strategien zur Steigerung des Unternehmenswertes zu formulieren und bei Bedarf an das Wettbewerbsumfeld anzupassen	X	

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch eine mündliche Gruppenprüfung inkl. Rückfragen (30 Minuten) erbracht. Die Bearbeitung der planspielgestützten Fallstudie ist Grundvoraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Übernahme der Geschäftsführung	PE
2.	Übersicht zur Entscheidungsfindung	
3.	Proberunde: Geschäftsjahr 1 & Auswertung	
4.	Grundlagen: Marketing & Geschäftsjahr 1	OE 1
5.	Produktionsplanung & Geschäftsjahr 2, Aufbau: Unternehmensstrategie	OE 2
6.	Auswertung Geschäftsjahr 2	VC
7.	Review 1: Unternehmensstrategie	
8.	Grundlagen: Externes Rechnungswesen & Geschäftsjahr 3	OE 3
9.	Grundlagen: Finanzrechnung & Geschäftsjahr 4	OE4
10.	Auswertung Geschäftsjahr 4	VC
11.	Review 2: Unternehmensstrategie	
12.	Grundlagen: Internes Rechnungswesen & Geschäftsjahr 5	OE 5
13.	Kurzfristige Gewinnorientierung & Geschäftsjahr 6	OE 6
14.	Prozessoptimierung und Überarbeitung Geschäftsjahr 6	PE
15.	Abschlusspräsentation	
16.	Brainwalk & Feedback	

PE	Präsenz-Moduleinheit	OE	Online Moduleinheit	VC	Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das Weiterbildungsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität der TeilnehmerInnen zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen

Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

Wöhe, G. et al. (2020): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlens

Nadig, L. (2000): Kostenrechnung als Führungsinstrument – Grundlagen, Schulthess

Horngren, C. et al. (2014): Introduction to Management Accounting, Pearson

Modul: Grundlagen Marketing & Vertrieb

Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Adam-Alexander Manowicz Adam-alexander.manowicz@fh-bielefeld.de (Virtuelle) Sprechstunde nach Vereinbarung per Mail
Fachgebiet:	Wirtschaft
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 16 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 40 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 32 Stunden Bearbeitung der Hausarbeit 58 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung.	keine
Verwendbarkeit:	Modul im DBS
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	70% Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) und 30% Präsentation.
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 20 = 30%

Kurzbeschreibung

Im Modul Marketing und Vertrieb lernen die Studierenden die wichtigsten Marketinginstrumente kennen als Grundlage, um für ein Unternehmen eine Marketing-Konzeption entwickeln zu können. Als Ordnungsrahmen dienen hierfür die 4P´s des Marketings. Hierbei werden die verschiedenen Instrumente erläutert und die Studierenden befähigt diese Ansätze im Sinne von Vor- und Nachteilen im Hinblick auf die zu erreichenden Ziele zu bewerten und gegenüberzustellen. Ebenfalls betrachtet werden Ziele und Gestaltungselemente des strategischen und operativen Vertriebsmanagements. Die Studierenden lernen Marketing-Konzepte mit Vertriebsstrategien zu verknüpfen, aufzuplanen und den Erfolg der Umsetzung überwachen.

Lernziele

Die Teilnehmer:innen können:

- ✓ die Grundlagen des Marketings sowie die zentralen Ziele des Vertriebs benennen und erklären sowie ausgewählte Marketing Strategien- und Modelle verstehen.
- ✓ auf Basis erworbener Kenntnisse zu Marktforschung definierte Märkte segmentieren, Zielgruppen identifizieren und eine Positionierung ableiten.
- ✓ die Relevanz der Kundenorientierung im Zeitalter des Relationship-Marketings erläutern und die verbundenen Konzepte der Kundenzufriedenheit- und -loyalität unterscheiden sowie verschiedene Kundenbindungsstrategien im Sinne von Vor- und Nachteilen gegenüberstellen;
- ✓ die verschiedenen Werkzeuge des Marketing-Mix (Produkt-, Preis-, Kommunikations- & Distributionspolitik) gegenüberstellen und ausarbeiten welche Methoden einzusetzen sind;
- ✓ aktuelle Trends im Online-Marketing mit den traditionellen Elementen der 4Ps verknüpfen und ein erweitertes Verständnis für Marketing und Vertrieb im digitalen Zeitalter zu entwickeln.
- ✓ Verschiedene Vertriebsansätze auf B2C (Business-to-Consumer) und B2B (Business-to-Business) unterscheiden sowie Kriterien zur Absatzwegeentscheidung kennen und anwenden.
- ✓ in Lerngruppen Fragen zu Strukturen und Konzepten im Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen zu diskutieren, eigene Lösungen zu entwickeln und die Ergebnisse zu präsentieren;
- ✓ die erlernten Methoden und Konzepte auf ausgewählte Praxisbeispiele und Fallstudien anwenden, eigene Lösungen entwickeln und die Ergebnisse präsentieren.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen

Programmziele		Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethoden	
	Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	Wählen Sie Prüfungsmethode 1	Schriftliche Prüfung
			%	100 %
			Wählen Sie ein Element	Einzelleistung
1	Fachwissen			
1.1	…ihre differenzierten und fundierten Kompetenzen in allgemeiner Betriebswirtschaftslehre nachzuweisen.	Kenntnisse über Methoden und Instrumente im Marketing und Vertrieb nachzuweisen.		x
1.4	…betriebswirtschaftliche Probleme mit quantitativen Methoden und auf der Grundlage fundierter Kompetenzen bei der Datenrecherche lösen zu können.	… durch Marktforschung erhobene Daten und Informationen für Entscheidungen im Rahmen des 4P Marketing Mix zu nutzen.		x
2	Digitale Kompetenzen			
2.2	…die im betrieblichen Umfeld vorzufindenden Informationssysteme effektiv zur Problemlösung zu nutzen.	… digitale Instrumente im Marketing und im Vertrieb zu beschreiben.		x
2.3	…digitale Technologien zur Interaktion, Kollaboration und Kommunikation effektiv einzusetzen.	.. Eine Aufgabenstellung aus dem Bereich Digital Marketing zu bearbeiten und zu reflektieren.		x
3	Kritisches Denken und analytische Fähigkeiten			
3.1	…geeignete Methoden kompetent zu verwenden und auf komplexe Fragestellungen anzuwenden.	… im Rahmen von Marketing und oder Vertriebs-Cases verschiedene Instrumente gegeneinander abzuwägen und ihre Anwendung fallspezifisch zu beschreiben.		x
4	Ethisches Bewusstsein und Nachhaltigkeit			
	…fundierte Lösungsstrategien in den Bereichen Ethik, nachhaltige Entwicklung und gesellschaftliche Verantwortung zu entwickeln und auf typische wirtschaftliche Entscheidungsprobleme anzuwenden.	… vertiefende Aspekte des Vertriebsmanagement und den Nutzen für die nachhaltige Gestaltung von Vertriebsprozessen zu verstehen.		x
5	Kommunikations- und Teamfähigkeit			

5.1	…komplexe Sachverhalte in klarer schriftlicher Form auszudrücken.	… die behandelten Themen des Vertriebs- und Marketings beschreiben zu können.		x
6	Internationalisierung			
6.1	…Herausforderungen von Unternehmen im internationalen Kontext zu verstehen und zu erklären.	… Marketing und Vertrieb mit globalen Trends zu verknüpfen und Implikationen für die unternehmerische Praxis ableiten.		x

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder eine Klausur (60 Min.) während und am Ende des Semesters erbracht, die gewichtet in die Gesamtnote eingehen.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Grundlagen und Ziele im Marketing und Vertrieb	PE
2.	Kundenorientierung als strategische Zielgröße	
3.	Marketing-Mix (Produkt-, Preis-, Kommunikations- & Distributionspolitik)	
4.	Absatzmärkte, Marktsegmentierung und Positionierung	OE 1
5.	Marktforschung	OE 2
6.	Review: Absatzmärkte, Segmentierung und Marktforschung	VC
7.	Produktpolitik und Innovation	
8.	Instrumente der Preispolitik Preispositionierung-Strategien	OE 3
9.	Kommunikationspolitik Online Marketing	OE4
11.	Review: Preispolitik und Kommunikationspolitik	VC
12.	Distributionspolitik	
13.	Absatzwegeentscheidung	OE 5
14.	Submission	OE 6
15.	Marketing-Strategien	PE

PE	Präsenz-Moduleinheit	OE	Online Moduleinheit	VC	Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Weiterbildungsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität der TeilnehmerInnen zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Manowicz, Preikschas, Pförtsch (2022). Business-to-Business Marketing, 6. Auflage, Kiehl Verlag.
- Backhaus und Voeth (2015). Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketings, 2. Auflage, Springer Fachmedien Wiesbaden.

- Kreutzer, R. (2019). *Online-Marketing* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Rumler, A., Kreutzer R., Wille-Baumkauff, B. (2020). *B2B-Online-Marketing und Social Media* (2.Aufl.), Springer Gabler Wiesbaden
- Terstiege, M. (2020), *Digitales Marketing – Erfolgsmodelle aus der Praxis.* Springer Fachmedien Wiesbaden
- Lippold (2019). *Neue Perspektiven für das B2B-Marketing*, Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schallmo, Rusnjak, Anzengruber, Werani, Jünger (2017). *Digitale Transformation von Geschäftsmodellen, Grundlagen, Instrumente und Best Practices*, Springer Fachmedien Wiesbaden.

Modul: Lean & Change Management Basics

Modulverantwortlicher:	Prof. Dr.-Ing. Frank Bertagnolli
Fachgebiet:	Wirtschaft
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 16 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 48 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 4 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung eigene Beispiele 88 Stunden Selbststudium und Prüfungsvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung.	keine
Verwendbarkeit:	Wahlmodul im DBS
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Präsentationen eigene Beispiele (2x UPL) und Klausur (PLK, 60 Min.)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen aller Prüfungsleistungen
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 30 = 20%

Kurzbeschreibung

Die Veranstaltung ordnet Veränderungen, Verbesserungen und Problemlösungen in einen prozessualen und Kulturellen Gesamtkontext ein. Im Themenfeld Lean Management werden die Grundlagen der Prozessoptimierung und Problemlösung in Prozessen gelegt. Die Inhalte orientieren sich an klassischen Produktionssystemen. Im Bereich Change Management werden die kulturellen Voraussetzungen und Modelle für Veränderungen beleuchtet.

Lernziele

Die Teilnehmer:innen …

- ✓ können Verbesserungs- und Veränderungsprojekte erkennen, einschätzen und kleinere Projekte initiieren.
- ✓ sind in der Lage bei Projekten die Ebenen Strategie, Prozess und Kultur zu unterscheiden und passende Modelle und Methoden anzuwenden.
- ✓ können die Lean Einführungsreihenfolge beachten und eine Wertstromanalyse aufnehmen.
- ✓ Können einfache Methoden des Lean- und Change Managements einsetzten und einschätzen.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen

Programmziele		Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethoden	
	Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	Referat	Schriftliche Prüfung
			30%	70%
			Einzelleistung	Einzelleistung
1	Fachwissen			
1.1	…ihre differenzierten und fundierten Kompetenzen in allgemeiner Betriebswirtschaftslehre nachzuweisen.	…eigene Themenstellungen aus der Praxis in den Kontext von Lean und Change Management zu stellen und Verknüpfungen zum Berufsalltag herzustellen	X	X
1.4	…betriebswirtschaftliche Probleme mit quantitativen Methoden und auf der Grundlage fundierter Kompetenzen bei der Datenrecherche lösen zu können.	…Daten aus Produktionsprozessen aufzunehmen und Kundentakt, Prozesszeiten und Durchlaufzeiten zu berechnen		X
1.5	…ein fundiertes Expertenwissen in ihrer Spezialisierung nachzuweisen.	…Methoden, Prinzipien, Modelle und deren Zusammenwirken zu kennen und einzusetzen.	X	X
2	Digitale Kompetenzen			
2.2	…die im betrieblichen Umfeld vorzufindenden Informationssysteme effektiv zur Problemlösung zu nutzen.	…Kommunikationsmethoden und Medien in Veränderungsprozessen einzusetzen.	X	X
2.3	…digitale Technologien zur Interaktion, Kollaboration und Kommunikation effektiv einzusetzen.	…Veränderungen passend zu kommunizieren und Ergebnisse in Verbesserungsprozessen bzw. bei der Problemlösung adäquat darzustellen	X	X
2.4	…im professionellen Umfeld digitale Technologien verantwortungsbewusst einzusetzen.	…Veränderungen und Transformationen im Rahmen von Digitalisierungen menschengerecht umzusetzen.	X	X
3	Kritisches Denken und analytische Fähigkeiten			
3.1	…geeignete Methoden kompetent zu verwenden und auf komplexe Fragestellungen anzuwenden.	…Werkzeuge des Lean Managements (Problemlösung, 5S, Wertstromanalyse) und des Change-Managements (Change Canvas, intrinsische Veränderungskurve, Kommunikation) passend einzusetzen und anzuwenden.		X
3.2	…Ergebnisse umfassend zu interpretieren, kritisch zu reflektieren und eigene ganzheitliche Lösungsalternativen für komplexe Fragestellungen zu erarbeiten.	…Auswertungen zu interpretieren und im Rahmen von Benchmarking zu vergleichen. Und im Rahmen von Optimierungen ganzheitliche Lösungen auf den Ebenen von Strategie, Prozess und Kultur zu erarbeiten.	X	X
4	Ethisches Bewusstsein und Nachhaltigkeit			
	…fundierte Lösungsstrategien in den Bereichen Ethik, nachhaltige Entwicklung und gesellschaftliche Verantwortung zu entwickeln und auf typische wirtschaftliche Entscheidungsprobleme anzuwenden.	…Veränderungsprozesse auf der kulturellen Ebene zu deuten und sowohl physische als auch kulturelle Prozesse ordnungsgemäß und menschenorientiert umzusetzen. Sowie ein passendes Führungsverhalten benennen, erkennen und selbst durchführen zu können.	X	X
5	Kommunikations- und Teamfähigkeit			
5.1	…komplexe Sachverhalte in klarer schriftlicher Form auszudrücken.	…Veränderungsprozesse (auch mit kulturellen Faktoren) beschreiben zu können.		X
5.2	… ihre mündliche Ausdrucksfähigkeit durch überzeugende Präsentationen zu zeigen.	…Veränderungsprozesse (auch mit kulturellen Faktoren) beschreiben zu können.	X	
6	Internationalisierung			
6.1	…Herausforderungen von Unternehmen im internationalen Kontext zu verstehen und zu erklären.	…Unterschiede im Change Management in internationalen Unternehmungen zu verstehen.	X	

6.3	…erfolgreich Bewusstsein für inter-kulturelle Unterschiede zu zeigen.	…Veränderungen und Transformationen im internationalen Kontext verstehen und erklären.	X	X

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch zwei Referate (2x 15% der Note) als Präsentation während den Midterm-Veranstaltungen und einer Klausur (60 Minuten) am Ende des Semesters erbracht. Die Klausur geht zu 70% in die Note ein.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Zusammenhänge Lean und Change Management	PE
2.	Wertschöpfung und Verschwendung	OE 1
3.	Kaizen und Problemlösung	OE 2
4.	Standards und 5S	
5.	Praxis: Prozessoptimierung im eigenen Bereich	VC
5.	Logistik: Just-in-Time Qualität: Jidoka Produktionssystem	OE 3
6.	Change Management	OE4
7	Praxis: Transformation im eigenen Bereich	VC
8.	Phasen des Wandels	OE 5
9.	Kommunikation	OE 6
10.	Change-Formate	
11.	Wertstromanalyse	PE
12.	Lean-Fabrik (Planspiel)	

PE	Präsenz-Moduleinheit	OE	Online Moduleinheit	VC	Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das Weiterbildungsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität der TeilnehmerInnen zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

Bertagnolli, F. (2020): Lean Management - Einführung und Vertiefung in die japanische Management-Philosophie. 2. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden

Bertagnolli, F., Bohn, S., Waible, F. (2020) Change Canvas. Springer Gabler, Wiesbaden

Ulrike Eidel, Barbara Tybusseck (2019) Konflikte lösen - Verhandeln unter Stress, Haufe-Lexware, Freiburg

Modul: Quality Management

Ab Wintersemester 23/24

Modul: Projektarbeit

Ab 2023