

Modulhandbuch Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science

Version B_AWP25.0_W

Letzte Änderung: 2025-02-14 15:36:05

Inhaltsverzeichnis

MB016 – Einführung in die Programmierung
MB033 – Business and Commercial English
MB216 – Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
MB275 – Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
MB276 – Grundlagen Rechnungswesen
MB316 – Grundlagen der Psychologie
MB019 – Deskriptive Statistik und Grundlagen der Linearen Algebra
MB035 – Office-Anwendungen
MB042 – Datenschutz und Wirtschaftsprivatrecht
MB218 – Human Resource Management
MB277 – Differentielle-, Emotions- und Motivationspsychologie
MB279 – Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten
MB017 – Einführung in die Volkswirtschaftslehre
MB041 – Induktive Statistik
MB052 – Einführung in Datenbanken
MB221 – Grundlagen Data Science
MB278 – Kognitive Psychologie
MB280 – Grundlagen Servicemanagement und Grundlagen Marketing- und Vertriebsmanagement
MB086 – Controlling und Unternehmensführung
MB118 – Soft Skills
MB281 – Strategisches Marketing- und Vertriebsmanagement
MB282 – Servicemärkte: Wettbewerb, Strategien und Branchen
MB283 – Operatives Marketing- und Vertriebsmanagement
MB284 – Servicemanagement: Qualität, Leadership und Organisation
MB285 – Qualitative und Quantitative Analysemethoden
MB287 – Sozialpsychologie
MB200 – E-Commerce Grundlagen
MB244 – Exploratory Data Analysis
MB257 – Auslandssemester
MB292 – Usability and Mobile
MB321 – Wissenschaftliche Assistenz
MB322 – Wissenschaftliche Ausarbeitung / Fallstudie
MB226 – Workshop Prognose und Simulation
MB286 – Arbeits- und Organisationspsychologie
MB288 – Seminar Marketing- und Vertriebsmanagement
MB289 – Seminar Servicemanagement
MB290 – Wirtschaftspsychologisches Projekt
MB302 – Data Analytics und BI-Anwendungen
MB150 – Bachelor-Thesis
MB159 – Praktikum
MB160 – Bachelor-Kolloquium

Module

◆ MB016 – Einführung in die Programmierung

Verantwortliche:	Christian Krug
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB142 – Einführung in die Programmierung	Vorlesung	Klausur		90 Min.	3.0	Drittelnoten	jährlich	90 Stunden	Christian Krug
TB147 – Übg. Einführung in die Programmierung	Übung	Abnahme	7 Aufgaben	30 Min.	2.0	Bestanden/nicht Bestanden	jährlich	60 Stunden	Christian Krug

Lehrinhalte:

Die Studierenden wenden in verschiedenen Übungsterminen die Konzepte und Inhalte der Algorithmen, Syntaxdiagramme, Datentypen, Schleifen, Kontrollstrukturen, String- und Arrayanweisungen sowie eigenen Funktionen und Prozeduren an. Ein Teil dieser Konstrukte wird gemeinschaftlich mit dem Lehrenden erarbeitet. Der andere Teil wird selbstständig durch kleinere Aufgabenstellungen mit speziellen Fragestellungen zu bestimmten Themen durchgeführt. Die Übung orientiert sich inhaltlich an der Vorlesung "Einführung in die Programmierung".

- Grundkonzepte der Datenverarbeitung
- Entwurf und Darstellung von Algorithmen
- Generelle Merkmale von Programmiersprachen
- Daten in Programmen
 - Grundlegende einfache Datentypen
 - Variablen, Zuweisungen, Konstanten
- Grundsätzlicher Aufbau von Programmen
- Operatoren und Ausdrücke
- Einfache und strukturierte Anweisungen
- Weitere Datentypen und ihre Nutzung
 - Strings
 - Arrays
 - Structures
- Die integrierte Entwicklungsumgebung Visual Studio
- Modularisierung von Programmen, Prozeduren und Funktionen
- Komponentenbasierte Erstellung von Windows-Anwendungen
- Erstellung von VBA-Programmen

Qualifikationsziele:

Die Studierenden ...

- festigen und vertiefen ihr Wissen zu den in der zugehörigen Vorlesung "Einführung in die Programmierung" vorgestellten Konzepten
- verwenden eine moderne Entwicklungsumgebung (Visual Studio 2013 - Visual Basic)
- analysieren Problemstellung und entwerfen Lösungsvorschläge dafür.

Die Studierenden ...

- benennen die grundlegenden Vorgehensweisen, Möglichkeiten und Schwierigkeiten bei der Softwareentwicklung und stellen diese heraus.
- nutzen die wichtigsten Formalismen zur Definition und Darstellung syntaktischer und algorithmischer Strukturen, sie interpretieren Darstellungen auf Basis dieser Formalismen.
- benennen die zentralen Konzepte imperativer Programmiersprachen und präsentieren ihre Umsetzung in Visual Basic in Form von Datentypen und unterschiedlichen Anweisungen.
- nutzen die Programmiersprache und ihrer Bestandteile zum Entwurf und zur Implementierung vollständiger Programme begrenzter Komplexität.
- stellen die wesentlichen Leistungsmerkmale einer Entwicklungsumgebung zur Unterstützung der Programmerstellung dar und verwenden diese in angemessener Weise zur Softwareentwicklung.
- kennen die wesentlichen Merkmale komponentenbasierter Erstellung von Programmen mit grafischer Oberfläche, dies auch im Kontext von Office-Anwendungen (VBA).

Verwendbarkeit:

Das Modul ist ein Einführungsmodul in den Themenbereich der Programmierung für Studiengänge mit primär wirtschaftlicher Ausrichtung. Die erworbenen Kompetenzen sind die Grundlage für Module, die einen Informatikbezug aufweisen, beispielsweise die Module "Office-Anwendungen" und "Einführung in Datenbanken".

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Die Studierenden sollten versiert sein im Umgang mit Microsoft Word und Excel an sich. Konzepte wie Überschriften, Absätze, Worte und Stile sowie Zellen, Formeln und Formate sollten bekannt sein. Das Navigieren in einem Dateibaum, das Auswählen und Übermitteln von Dateien sollte routiniert erfolgen. Kenntnis von Dateinamen und -pfaden ist wünschenswert. Für die heimische Nach- und Vorbereitung ist es hilfreich, Zugang zu einem Rechner mit Microsoft Windows, Word und Excel zu haben.

Literatur:

Handout "Einführung in die Programmierung"
Handout "Übung Einführung in die Programmierung"

- Thomas Theis:
Einstieg in Visual Basic 2019 - Ideal für Programmieranfänger, 7. Aufl., Rheinwerk Computing, 2019
- Mike McGrath: Visual Basic in easy steps:
Updated for Visual Basic 2019, In Easy Steps Limited; 6. Auflage, 2019
- DOBERENZ, Walter, GEWINNUS, Thomas:
Visual Basic 2015 - Grundlagen, Profiwissen und Rezepte, Carl Hanser Verlag, 2015
- THEIS, Thomas:
Einstieg in VBA mit Excel. 4. Aufl. Rheinwerk Computing, 2015
- HELD, Bernd: VBA mit Excel:
Das umfassende Handbuch. Konzepte und Techniken der VBA-Programmierung. Das Standardwerk für Einsteiger und fortgeschrittene Anwender, 3. Aufl., Rheinwerk Computing, 2018

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 1. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)

◆ MB033 – Business and Commercial English

Verantwortliche:	Byron Evans
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	englisch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB138 – Business English, Commercial English	Workshop	Klausur		120 Min.	5.0	Drittelnoten	Wintersemester	150 Stunden	Byron Evans

Lehrinhalte:

- Einer der Schwerpunkte der Veranstaltung ist die Entwicklung praktischer Fähigkeiten wie das Schreiben von E-Mails, Telefonieren, Geschäftsberichten und das Führen von Verhandlungen unter den Bedingungen einer interkulturellen Situation.
- Kursbasis ist die Erweiterung des englischen Wortschatzes. Darüber hinaus beinhaltet der Kurs eine Vielzahl von thematisch unterschiedlich gestalteten geschriebenen Aufgaben, Übungen mit Audio-Materialien und Rollenspielen, in denen die Studierenden aufgefordert sind, ihre mündlichen Fähigkeiten zu testen und zu benutzen.

Die Studenten werden aufgefordert, eigene oder im Team erarbeitete individuelle Präsentationen zu geben. Das Themenspektrum reicht dabei über den Bereich Marketing, Projektplanung, E-Business, Wirtschaftstrends bis zum Gebiet der Statistik. Der Erwerb von englischem Vokabular, das dem Bereich Wirtschaftsentglish zuzuordnen ist, und spezifischer lexikalischer Strategien ist ebenfalls Bestandteil des Kurses.

Qualifikationsziele:

Funktionale und kommunikative Fähigkeiten der englischen Sprache in kommerziellen Zusammenhängen. Nach Abschluss der Lehrveranstaltung beherrschen die Studierenden das Vokabular um vorgegebene Probleme und folgende Lösungsmöglichkeiten zu diskutieren.

Verwendbarkeit:

The language skills acquired in this module can be used not only in later professional life. They can also be put to practical use during the degree programme. English-language sources can also be used when preparing for exams, as well as when researching the content of seminar presentations.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Englisch auf Sprachniveau B2 ist notwendig für eine erfolgreiche Teilnahme am Modul. Zum Üben und Vertiefen sind Gespräche auf Englisch ideal. Auch das Hören (z.B. [BBC Worldwide Business Daily](http://www.bbc.com/worldwide-business-daily)) und Lesen (siehe Literatur) von relevanten Medien ist hilfreich.

Literatur:

- Wallwork, Adrian: Bus Options (Oxford University Press)
- Barrett, Barney and Sharna, Pete: The Internet and Business English (Summertown Press)
- Mascum, Bill: Business Vocabulary in Use (Cambridge University Press)
- Mascum, Bill: Key Words in Business (Collins Co Build)
- ASHLEY, A.:
Commercial Correspondence.
Oxford University Press, 2003
- EMMERSON, Paul:
Business Builder 1-9.
Macmillan Heinemann, 2002
- EMMERSON, Paul:
email English.
Ismaning: Hueber Verlag, 2009
- HUGHES, John:
Telephone English Ismaning: Hueber Verlag, 2009
- MASCULL, Bill:
Business Vocabulary in Use.
Cambridge University Press
- Business Spotlight Magazine <http://www.business-spotlight.de>

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 17.1 (5. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)

◆ MB216 – Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Verantwortliche:	Franziska Bönte
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB056 – Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Vorlesung	Klausur		75 Min.	5,0	Drittelnoten	jährlich	150 Stunden	Franziska Bönte

Lehrinhalte:

Die Studierenden erlernen Grundtatbestände der Betriebswirtschaftslehre, beginnend vom Erfahrungs- und Erkenntnisobjekt dieser wissenschaftlichen Disziplin, über zu fallende konstitutive Entscheidungen, bis hin zu ausgewählten betriebswirtschaftlichen Funktionen und Methoden innerhalb eines Betriebes. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen dabei die unterschiedlichen Herausforderungen der modernen Betriebsführung. Die theoretischen Inhalte werden durch Praxisbeispiele unteretzt. Durch zahlreiche Übungen wird das Verständnis für die betriebswirtschaftlichen Prozesse und deren Zusammenhänge gefestigt sowie das eigenständige Arbeiten gefördert.

Inhalte der Veranstaltung sind im Einzelnen:

- Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin
- Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
- Grundzüge des Strategischen Managements
- Einführung in das Marketing
- Produktionsmanagement
- Finanzen und Rechnungswesen
- HR und Personalführung

Qualifikationsziele:

Die Studierenden können ...

- das Erfahrungs- und Erkenntnisobjekt der Betriebswirtschaftslehre benennen,
- die Begriffe Wirtschaften und Ökonomisches Prinzip erklären sowie eine Break-Even-Analyse durchführen,
- Unternehmensziele aufzählen; die Aufgaben der Zielbildung erläutern sowie den Zielbildungsprozess wiedergeben,
- ausgewählte Kennzahlen berechnen und deren Anwendung erklären,
- Ziele der Unternehmensführung erläutern, Führungsebenen voneinander abgrenzen, den Führungsprozess beschreiben sowie ausgewählte Führungsstile erläutern und -prinzipien erklären.
- Die Rolle des Personalmanagements in der Unternehmung einschätzen.
- Die Ziele der Materialwirtschaft wiedergeben und durch Anwendung von Methoden materialwirtschaftliche Analysen durchführen und Handlungsanweisungen ableiten,
- ausgewählte Erzeugnisstrukturdarstellungen für gegebene Problemstellungen erstellen und mit programmorientierten Verfahren die Materialbedarfsplanung durchführen,
- mit ausgewählten Verfahren die optimale Bestellmenge bestimmen,
- den Input, Throughput und Output von Produktionsprozessen beschreiben,
- die Ziele des Marketings nennen, Methoden zur Ableitung der Marketing-Strategie beschreiben und anwenden sowie die Instrumente des Marketing-Mix erläutern,
- Die Bedeutung und Wirkung von Markenbildung erklären.
- Ziele und Aufgaben der Finanzwirtschaft und des Rechnungswesens nennen.
- Einfach strukturierte Investitionen beurteilen.

Verwendbarkeit:

Das Modul ist ein Einführungsmodul, das sich an alle Studierende wirtschaftsnaher Studiengänge richtet. Die erworbenen Kompetenzen stellen wesentliche Grundlagen für eine Vielzahl weiterer Module dar, wie zum Beispiel "Operatives Produktionsmanagement", "Grundlagen DLM und Marketing & Medien" oder "Controlling & Unternehmensführung".

Voraussetzungen und Empfehlungen:

keine

Literatur:

- BECKER, Hans Paul: Investition und Finanzierung. 7. akt. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 2016
- BERNECKER, Michael: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. 4. Aufl. Köln: Johanna, 2011.
- BLOHM, Hans; LÜDER, Klaus; SCHÄFER, Christina: Investition. 10. akt. Aufl. München: Vahlen, 2012
- DÄUMLER, Klaus-Dieter; GRABE, Jürgen: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung. 12. vollst. überarbeitete Aufl. Berlin; Herne: Neue Wirtschafts-Briefe, 2007
- JUNG, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. akt. 13. Aufl. München: Oldenbourg, 2016
- SCHIERENBECK, Henner; WÖHLE, Claudia: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 18. überarb. Aufl. München: Oldenbourg, 2012
- SPECHT, Olaf; SCHMITT, Ulrich: Betriebswirtschaftslehre für Ingenieure + Informatiker. 5. Aufl. München; Wien: Oldenbourg, 2000
- THOMMEN, Jean-Paul; ACHLEITNER, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 7. vollst. überarb. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 2012
- VAHS, Dietmar; SCHÄFER-KUNZ, Jan: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. überarb. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2015.
- WEBER, Wolfgang; KABST, Rüdiger: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 9. akt. u. überarb. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 2014
- WÖHE, Günter; DÖRING, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. überarbeitete und aktualisierte Aufl. München: Vahlen, 2016

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)

◆ MB275 – Grundlagen der Wirtschaftspsychologie

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benötigung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB268 – Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	Vorlesung	Klausur + ggf. Bonus		90 Min.	5.0	Dritte Noten	Wintersemester	150 Stunden	Alexander Fischer

Lehrinhalte:

Einführung in die Wirtschaftspsychologie

- Evolutionäre Psychologie
- Entwicklung der Wirtschaftspsychologie
- Gegenstand der Wirtschaftspsychologie
- Menschenbilder im wirtschaftspsychologischen Kontext
- Psychologie im Kontext von Wirtschafts- und Gesellschaftsformen

Entscheidungspsychologie

- Rationale und irrationale Entscheidungen
- Entscheidungen unter Unsicherheit
- Urteilsverzerrung
- Entscheidungen und das Selbst
- Präferenzkonstruktion

Relevanz von Theorien, Methoden und empirischer Forschung

- Deduktive und induktive Forschung
- Einführung in Forschungsmethoden und Studienarten
- Einführung in Erhebungsformen

Wirtschaftspsychologie im Marketingkontext – Das Individuum

- Grundlagen aktivierender und kognitiver Prozesse im Kontext des Konsumentenverhaltens
- Grundlagen der Marktpsychologie
- Kommunikation: Grundlagen der Werbepsychologie
- Preis: Grundlagen der Preispsychologie
- Vertrieb: Grundlagen der Vertriebs- und Verkaufspsychologie
- Produkt: Grundlagen der Produktpsychologie
- Dienstleistung: Grundlagen der Dienstleistungspsychologie

Wirtschaftspsychologie im Marketingkontext – Das Individuum im sozialen Kontext

- Erfahrungsumwelt des Konsumenten
- Soziale Einflüsse auf das Konsumentenverhalten

Wirtschaftspsychologie im Personalkontext

- Grundlagen der Personalgewinnung und -selektion
- Grundlagen der Personalentwicklung und -sozialisation
- Führungsansätze aus personalpsychologischer Perspektive
- Arbeitsgestaltung
- Motivation
- Arbeitszufriedenheit
- Work-Life-Balance

Wirtschaftspsychologie im Finanzkontext

- Behavioral Economics
- Marktanomalien
- Einführung in die Finanzpsychologie

Qualifikationsziele:

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die Historie der Wirtschaftspsychologie und sind mit dem Themenfeld der Behavioral Economics sowie dem Spannungsfeld von rationalem und irrationalem Entscheidungsverhalten vertraut. Sie sind zudem vertraut mit der Relevanz von Theorien, Methoden und empirischer Forschung im wirtschaftspsychologischen Kontext. Aus anwendungsorientierter Perspektive erwerben die Studierenden Kompetenzen im Bereich psychologischer Aspekte grundlegender wertschöpfender Aktivitäten eines Unternehmens. Aufbauend auf den aktivierenden und kognitiven Prozessen des Konsumentenverhaltens erwerben die Studierenden insbesondere Kompetenzen, um wirtschaftspsychologische fundierte Entscheidungen im Marketing- und Vertriebskontext sowie im personal- im finanzpolitischen Kontext zu treffen. Insofern erwerben Sie eine systemische Kompetenz und können Zusammenhänge zwischen der Psychologie und der Betriebswirtschaftslehre verstehen und darauf aufbauend Entscheidungen treffen bzw. Entsprechend handeln.

Verwendbarkeit:

Das Modul Grundlagen der Wirtschaftspsychologie steht insbesondere im Zusammenhang mit den Vertiefungen des Studiengangs. Im Rahmen dieses Moduls werden Grundlagen für die Vertiefung erarbeitet. Zudem steht das Modul im Zusammenhang mit verschiedenen psychologischen Modulen, da Inhalte dieser Module im Anwendungskontext der Wirtschaft erörtert werden.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Es wird kein Vorwissen vorausgesetzt.

Literatur:

- Alter, Adam (2018): Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked, Penguin Books.
- Baddeley, Michelle (2018): Behavioural Economics and Finance, 2nd edition, Routledge.
- Barkow, Jerome H.; Cosmides, Leda; Tooby, John (1995): The adapted mind: Evolutionary Psychology and the Generation of Culture, Oxford University Press.
- Brinkmann, Ralf (2015): Wirtschaftspsychologie, 2. Auflage, Springer.
- Brinkmann, Ralf (2018): Angewandte Wirtschaftspsychologie, Pearson.
- Diefenbach, Sarah; Hassenzahl, Marc (2017): Psychologie in der nutzerzentrierten Produktgestaltung: Mensch-Technik-Interaktion-Erlebnis, Springer.
- Pfister, Hans-Rüdiger, Jungermann, Helmut, Fischer, Katrin (2016): Die Psychologie der Entscheidung: Eine Einführung, 4. Auflage, Springer.
- Fichter, Christian (2018): Wirtschaftspsychologie für Bachelor, Springer.
- Kahneman, Daniel (2012): Thinking, Fast and Slow, Penguin Books.
- Kroeber-Riel, Werner; Gröppel-Klein, Andrea (2019): Konsumentenverhalten, 11. Auflage, Vahlen.
- Kroeber-Riel, Werner; Esch, Franz-Rudolf (2015): Strategie und Technik der Werbung, 8. Auflage, Kohlhammer.
- Saad, Gad (2007): Evolutionary Bases of Consumption, LEA, Publishers.
- Scheier, Christian, Held, Dirk (2018): Wie Werbung wirkt: Erkenntnisse aus dem Neuromarketing, 3. Auflage, Haufe.
- Scheier, Christian, Held, Dirk (2012): Was Marken erfolgreich macht: Neuropsychologie in der Markenforschung, 3. Auflage, Haufe.
- Simon, Hermann; Fassnacht, Martin (2016): Preismanagement: Strategie - Analyse - Entscheidung – Umsetzung, 4. Auflage, Springer.
- Spreer, Philipp (2021): PsyConversion: 117 Behavior Patterns für eine noch bessere User Experience und höhere Conversion-Rate im E-Commerce, 2. Auflage, Springer.
- Tembrink, C. (2020): Verkaufspsychologie im Online-Marketing: Wie Sie Kunden magisch anziehen, Springer.
- Thaler, Richard H. (2016): Misbehaving: The making of behavioral economics, Norton.
- Wiswede, Günther (2021): Einführung in die Wirtschaftspsychologie, 6. Auflage, utb.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 3. Semester)

◆ MB276 – Grundlagen Rechnungswesen

Verantwortliche:	Stefan Christoph Weber
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB269 – Grundlagen Rechnungswesen	Vorlesung	Klausur + ggf. Bonus		90 Min.	5,0	Drittelnoten	Wintersemester	150 Stunden	Stefan Christoph Weber

Lehrinhalte:

Erster Teil: Einführung in das Betriebliche Rechnungswesen (ReWe)

- Definition und Funktionen des ReWe
- Teilgebiete des ReWe (Überblick)
- Zusammenhänge zwischen Finanz- und Rechnungswesen

Zweiter Teil: Finanzbuchhaltung (FiBu) und Jahresabschluss

- Grundlagen und gesetzliche Rahmenbedingungen
 - Begriffsabgrenzungen
 - Gesetzliche Verankerung der FiBu
 - FiBu in Form der doppelten Buchführung
- Buchhalterische Erfassung ausgewählter Geschäftsvorfälle
 - Warenverkehr
 - Zahlungsverkehr
 - Lohn- und Gehaltsverkehr
 - Steuern, Gebühren und Beiträge

Dritter Teil: Kostenrechnung

- Einführung, Begriffserklärungen, Kostentheorie
 - Kosten und Betriebswirtschaftslehre
 - Kosten- und Leistungsbegriff
 - Grundbegriffe der Kostentheorie
- Instrumentarium der Kostenrechnung
 - Aufgaben der Kostenrechnung
 - Kostenrechnung und FiBu
 - Teilbereiche der Kostenrechnung
- Systeme der Kostenrechnung
 - Gliederung und Charakteristika der wichtigsten Systeme
 - Systeme auf der Basis von Vollkosten
 - Teilkosten- und Deckungsbeitragsrechnungen

Qualifikationsziele:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- den Begriffsinhalt, die Bedeutung, die Funktion und die Teilgebiete des Rechnungswesens ableiten.
- die gesetzliche Verankerung und Technik der Finanzbuchhaltung verstehen und anhand von Case Studies anwenden.
- ausgewählte Geschäftsvorfälle (insb. Waren-, Zahlungs- sowie Lohn- und Gehaltsverkehr, Steuern, Gebühren, Beiträge) buchhalterisch erfassen.
- die Begriffsinhalte und das Instrumentarium der Kostenrechnung ableiten.
- den Zusammenhang zwischen Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung (Abgrenzungsrechnung) verstehen und anhand von Case Studies anwenden.
- Systeme der Kostenrechnung differenzieren.
- die Teilkosten- und Deckungsbeitragsrechnung als unternehmerische Entscheidungshilfe anhand von Case Studies anwenden.

Verwendbarkeit:

Das Modul "Grundlagen Rechnungswesen" ist ein Einführungsmodul. Die erworbenen Kompetenzen stellen die Grundlagen für zum Beispiel die Module "Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung", "Business Planning", "Controlling & Unternehmensführung" und "Übg. Controlling" dar.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Empfehlung: Selbststudium zu den Grundlagen des Rechnungswesens (siehe Literatur)

Literatur:

- DEITERMANN, Manfred et al.: Industrielles Rechnungswesen IKR. 52. Aufl., Braunschweig 2023.
- FREIDANK, Carl-Christian; FISCHBACH, Sven: Übungen zur Kostenrechnung. 8. Aufl., Berlin/Boston 2020.
- FREIDANK, Carl-Christian; MEUTHEN, Mario Henry: Rechnungslegung und Rechnungslegungspolitik. 3. Aufl., Berlin/Boston 2023.
- FREIDANK, Carl-Christian; SASSEN, Remmer: Kostenrechnung. 10. Aufl., Berlin/Boston 2020.
- SCHMOLKE, Siegfried; DEITERMANN, Manfred: Industrielles Rechnungswesen IKR. Übungen zur Finanzbuchhaltung. 3. Aufl., Braunschweig 2016.
- SCHMOLKE, Siegfried; DEITERMANN, Manfred: Industrielles Rechnungswesen IKR. Übungen zur Kosten- und Leistungsrechnung. 3. Aufl., Braunschweig 2016.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)

◆ MB316 – Grundlagen der Psychologie

Verantwortliche:	
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	None

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	umfang	dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB308 - Grundlagen der Psychologie	<i>Lernform nicht angegeben.</i>	Klausur	<i>Prüfungsumfang nicht angegeben.</i>	<i>Prüfungsdauer nicht angegeben.</i>	5.0	Drittelnoten	<i>None Turnus nicht gepflegt.</i>	150 Stunden	Claus Peter Müller-Thurau

Lehrinhalte:

None *Lehrinhalte nicht angegeben.*

Qualifikationsziele:

None *Qualifikationsziele nicht angegeben.*

Verwendbarkeit:

None *Verwendbarkeit nicht angegeben.*

Voraussetzungen und Empfehlungen:

None *Voraussetzungen und Empfehlungen nicht angegeben.*

Literatur:

None

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)

◆ MB019 – Deskriptive Statistik und Grundlagen der Linearen Algebra

Verantwortliche:	Andreas Haase Franziska Bönke
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB009 – Deskriptive Statistik, Grundlagen der Linearen Algebra	Vorlesung mit integrierter Übung	Klausur		120 Min.	5,0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	Andreas Haase Franziska Bönke

Lehrinhalte:

- Lineare algebraische Gleichungssysteme
 - Gauß-Algorithmus
 - Systematisierung des Lösungsverhaltens
 - Unterbestimmte Systeme
- Matrixrechnung
 - Matrixalgebra
 - Inverse Matrix
 - Matrixgleichungen
 - Zusammenhang mit linearen Gleichungssystemen
- Determinanten
 - Definition
 - Zusammenhang mit linearen Gleichungssystemen
- Vektorrechnung
 - Geometrische Vektoren
 - Rechenregeln
 - Lineare (Un-)Abhängigkeit
 - Rang einer Matrix
 - Nochmal Gleichungssysteme, Rangkriterium

Im Rahmen der beschreibenden / deskriptiven Statistik werden folgende Themen behandelt:

- Begrifflichkeiten
- Lage- und Streuungsmaße
- Abhängigkeitsmessung bei qualitativen, komperativen und quantitativen Merkmalen insbesondere Regressionsanalyse
- Deskriptive Zeitreihenanalyse mit Trend-, Saison- und Restkomponentenschätzung nach unterschiedlichen Methoden
- Meß- und Indexzahlen

Qualifikationsziele:

Nach der Lehrveranstaltung können die Studierenden ...

- Statistische Daten verdichten und graphisch aussagekräftig darstellen
- Wesentliche Aussagen über Daten anhand geeigneter Kennzahlen treffen und interpretieren
- Die Ableitung von Regressionsformeln verstehen und komplexe Regressions- und deskriptive Zeitreihenanalysen abgestimmt auf den jeweiligen Datensatz durchführen und interpretieren
- sicher im Umgang mit Meß- und Indexzahlen agieren

Nach dem erfolgreichen Besuch der Vorlesung sind die Lernenden in der Lage ...

- lineare algebraische Gleichungssysteme mittels des Gauß-Algorithmus in die Lösbarkeitskategorien (eindeutig lösbar, unendlich viele Lösungen, unlösbar) einzuteilen und ggfs. die Lösung anzugeben.
- die Techniken und Methoden der Vektorrechnung anzuwenden.
- die Techniken und Methoden der Matrixrechnung anzuwenden.
- die Determinante einer niedrigdimensionalen Matrix zu berechnen und den Zusammenhang der Determinante zur Lösungstheorie linearer Gleichungssysteme herzustellen
- einfache technische oder ökonomische Systeme mittels der Techniken und Methoden der linearen Algebra zu modellieren und aus der ermittelten Lösung der mathematischen Formulierung das System quantitativ zu beurteilen.

Verwendbarkeit:

Das Modul "Deskriptive Statistik & Grundlagen der Linearen Algebra" ist ein Einführungsmodul. Zusammen mit dem Modul "Analysis", stellt es die Grundlage für nahezu alle quantitativ ausgerichteten weiterführenden Module und Veranstaltungen des Studienverlaufs dar.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Grundlegende mathematische Kenntnisse, wie sie im Mathematik-Brückenkurs vermittelt werden, werden vorausgesetzt.

Literatur:

- PAPULA, Lothar:
Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler,
Band 2, Teil I. 13. Aufl. Wiesbaden: Vieweg + Teubner Verlag 2012
- HELM, Werner; PFEIFER, Andreas; OHSER, Joachim:
Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler.
1. Aufl. München: Carl Hanser Verlag 2011
- GRAMLICH, Günter:
Lineare Algebra: Eine Einführung.

1. Aufl. München: Carl Hanser Verlag 2011
- TESCHL, Gerald; TESCHL, Susanne:
Mathematik für Informatiker,
Band 1: Diskrete Mathematik und lineare Algebra.
3. Aufl. Heidelberg: Springer Verlag 2008
 - FISCHER, Gerd:
Lineare Algebra: Eine Einführung für Studienanfänger.
18. aktualisierte Aufl. Wiesbaden: Springer Verlag 2014
 - Christensen, B.; Christensen, S.; Missong, M.: Statistik klipp & klar; 2019; Springer Gabler Verlag
 - Bamberg, G.; Baur, F; Krapp, M: Statistik; 18. Auflage; 2017; De Gruyter Oldenbourg Verlag; München
 - Missong, Martin; Aufgabensammlung zur deskriptiven Statistik; 2005; 7. Auflage; Verlag R. Oldenbourg, München.
 - Schneider, Wolfgang; Kornrumpf, J.; Mohr, Walter; Statistische Methodenlehre --- Definitions- und Formelsammlung zur deskriptiven und induktiven Statistik mit Erläuterungen; 1993; Verlag Oldenbourg, München.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (2. Semester)
- Computer Games Technology Bachelor of Science Version 23.0 (2. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (2. Semester)
- Informatik Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (2. Semester)
- Medieninformatik Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)
- Smart Technology Bachelor of Science Version 24.0 (2. Semester)
- Technische Informatik Bachelor of Science Version 24.0 (2. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (2. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)

◆ MB035 – Office-Anwendungen

Verantwortliche:	Lars Neumann Fikret Koyuncu
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB114 – Office-Software	Vorlesung mit integrierter Übung	PC-Klausur		90 Min.	3.0	Drittelnoten	jährlich	90 Stunden	Fikret Koyuncu Lars Neumann
TB124 – Visual Basic for Applications	Vorlesung mit integrierter Übung	Abnahme		105 Min.	2.0	Bestanden/nicht Bestanden	jährlich	60 Stunden	Fikret Koyuncu Lars Neumann

Lehrinhalte:

Im Rahmen der Veranstaltung lernen die Teilnehmer, mit den einzelnen Modulen moderner Office-Software umzugehen sowie diese zu kombinieren. Behandelt werden die Module Textverarbeitung, Präsentations-Software und Tabellenkalkulation. Grundlage für die integrierten praktischen Übungen bildet dabei das Office-Paket des Markführers Microsoft, wobei die vermittelten Konzepte auch auf Pakete anderer Hersteller übertragbar sind. Aufgrund der hohen praktischen Relevanz wird der Schwerpunkt auf die Arbeit mit dem Modul Tabellenkalkulation gelegt.

Im zweiten Teil des Moduls erlernen die Teilnehmer die Programmierung eigener Funktionen in VBA zur Erweiterung des Programmumfangs. Über die reine Erstellung des Makroquellcodes hinaus werden auch Aspekte der Oberflächengestaltung und Fehlerbehandlung betrachtet.

Qualifikationsziele:

Die Studierenden ...

- haben die Fähigkeit, Standard-Softwarepakete zur Lösung typischer Aufgabenstellungen im betriebswirtschaftlichen Umfeld sicher einsetzen zu können
- können insbesondere mit Funktionen und Pivottabellen in Excel sicher umgehen
- sind in der Lage, im weiteren Studienverlauf folgende größere Ausarbeitungen und Präsentationen auf wissenschaftlichem Niveau durchzuführen
- erlangen grundlegende Kenntnisse der Erweiterung des Programmumfangs insbesondere in Excel durch Erstellung eigener VBA-Module
- können eigene Ribbons zur Steuerung der erstellten eigenen Funktionalitäten hinzufügen
- lernen die Erstellung von Oberflächen/Formularen kennen

Verwendbarkeit:

Das Modul "Office-Anwendungen" baut für den Programmierungsteil in VBA auf den Inhalten des Moduls "Einführung in die Programmierung" bzw. "Programmstrukturen 1" auf.

Die im Modul „Office-Anwendungen“ erlangten Fähigkeiten und Kenntnisse werden (insbesondere was Excel betrifft) in den späteren Veranstaltungen „Business Planning“ und „Übung Controlling“ wieder aufgegriffen und vertieft. Generell sind die Inhalte bei allen folgenden Ausarbeitungen, Hausarbeiten, Seminararbeiten etc. hilfreich.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Grundlegende Programmierkenntnisse sind für einige Einheiten zur Tabellenkalkulation hilfreich, für die Erstellung von Quellcodes mit VBA unerlässlich.

Eine Installation der Desktopversion von MS Office auf dem heimischen Rechner vorab ist sinnvoll.

Literatur:

- Theis, Thomas: Einstieg in VBA mit Excel, Galileo Computing, 2013, 3. Auflage
- Kofler, Michael et al.: Excel programmieren, Addison-Wesley, 2011
- Martin, René: VBA mit Excel, Hanser, 2008
- Braun, Wolfgang: Lösung kaufmännischer Probleme mit MS-EXCEL unter Office 2000, Winklers, 2001
- Jaros-Sturhahn, Anke et al.: Business Computing mit MS-Office2003 und Internet, Springer, 2003, 3. Auflage

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (2. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (2. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)

◆ MB042 – Datenschutz und Wirtschaftsprivatrecht

Verantwortliche:	Gerd Beuster
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB018 – Datenschutz, Wirtschaftsprivatrecht	Vorlesung	Klausur		180 Min.	5.0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	Lehrende Steffen Weiß Felix Reiche

Lehrinhalte:

- Zivilrecht
- BGB
 - Allgemeiner Teil
 - Recht der Schuldverhältnisse
 - Sachenrecht
- HBG
 - Handelsstand
 - Handelsgeschäfte
- Gesellschaftsrecht
 - Personenhandelsgesellschaften
 - Juristische Personen
- Wettbewerbsrecht / Arbeitsrecht / Prozeßrecht werden fragmentarisch mit bearbeitet
- Gesetzliche Grundlagen des Datenschutzes
 - Anwendung und praktische Umsetzung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG)
 - Wesentliche Grundlagen aus ausgewählten bereichsspezifischen und bereichsübergreifenden Datenschutzgesetzen
 - Rechte, Pflichten und Aufgaben des betrieblichen Datenschutzbeauftragten zur Einrichtung des Datenschutzmanagements
 - Datenschutz in der Werbepaxis
- Technisch-organisatorischer Datenschutz
 - Grundanforderungen und Grundfunktionen der IT-Sicherheit in Bezug auf die Anforderungen der Datenschutzgesetze
 - Risikomanagement und Schlüsseltechnologien zur Realisierung des technisch-organisatorischen Datenschutzes
 - Kosten-/Nutzen des Datenschutzes
 - Verfahren zur Umsetzung des gesetzlichen Anforderungen des technisch-organisatorischen Datenschutzes
 - Auswahlverfahren zu geeigneten und angemessenen IT-Sicherheitsmechanismen

Qualifikationsziele:

Die Studierenden können einfache Sachverhalte des Zivilrechts rechtlich zutreffend einordnen und unter Heranziehung einschlägiger Gesetzestexte würdigen.

Die Studierenden sind fähig, in ihrem späteren Wirkungskreis datenschutzrechtliche Fragestellungen einzuordnen, um bei Bedarf auf Spezialistenunterstützung gezielt zurückgreifen zu können. Erwerb eines Grundlagenwissens im nationalen und europäischen Datenschutzrecht.

Verwendbarkeit:

Die Studierenden können Ihre Kenntnisse verwenden, wenn sich in ihrer beruflichen Praxis rechtliche Fragen stellen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Es gibt keine Voraussetzungen. Als Vorbereitung kann die angegebene Literatur überflogen werden.

Literatur:

Recht allgemein

- Engisch, Einführung in das juristische Denken, 12. Aufl. 2018 (Bearbeiter: Würtenberger/Otto).

Kommentare Datenschutzrecht

- Freund/Schmidt/Hepp/Roschek, DSGVO Praxis-Kommentar, 1. Aufl. 2022
- Kühling/Buchner, DSGVO
- Taeger/Gabel, DSGVO – BDSG – TTDSG
- Simitis/Hornung/Spiecker gen. Döhmann, DSGVO mit BDSG

Einführungen Datenschutzrecht

- BfDI, Info 1, 2020 – Gesetzestexte und Erläuterungen (<https://www.bfdi.bund.de/SharedDocs/Publikationen/Infobroschueren/INFO1.pdf>)

Wirtschaftsprivatrecht

- Müssig, Peter: Wirtschaftsprivatrecht, 23. Auflage, 2022, C.F. Müller UTB,
- Eisenmann, Hartmut, Quittnat, Joachim, Tavakoli, Anusch: Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht, 10. Auflage, 2015, C.F. Müller
- Bürgerliches Gesetzbuch 91. Auflage, 2023, dtv Beck-Texte 5001
- Handelsgesetzbuch 68. Auflage, 2023, dtv Beck-Texte 5002
- Güllemann, Dirk (Hrsg.): Wichtige Gesetze des Wirtschaftsprivatrechts, NWB-Verlag, 24. Auflage, 2023

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (4. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 24.0 (2. Semester)
- Informatik Bachelor of Science Version 23.0 (4. Semester)
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science Version 15.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (2. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (2. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)

◆ MB218 – Human Resource Management

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benötigung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB109 – Human Resource Management	Vorlesung	Klausur + ggf. Bonus		120 Min.	5,0	Drittelnoten	jährlich	150 Stunden	Harriet Kleiminger

Lehrinhalte:

Die Mitarbeitenden eines Unternehmens, das Humankapital, sind häufig die zentrale Ressource des Unternehmens. Entsprechend ist das Human Resource Management (HRM) eine Kernfunktion jedes Unternehmens.

Vor diesem Hintergrund bietet die Vorlesung eine grundlegende Einführung und Darstellung aller Bausteine einer modernen HRM-Konzeption:

1. Grundlagen
2. Personalplanung
3. Employer Branding & Personalmarketing & Recruiting
4. Personalauswahl
5. Personaleinsatz
6. Personal- und Organisationsentwicklung
7. Motivation & Personalführung
8. Entlohnung & Beurteilung
9. Personalfreisetzung

Qualifikationsziele:

- Sie können die Aufgaben und Funktionen des HRM in den betrieblichen Prozess einordnen.
- Sie können die rechtlichen und psychologischen Rahmen der HR-Aktivitäten einschätzen.
- Sie können die praktische Relevanz HR-Aspekten in unterschiedlichen Zusammenhängen darlegen.
- Sie können die strategische Bedeutung und Herausforderungen des HRM reflektieren.

Verwendbarkeit:

Teil des Kernprogramms BWL und Angewandte Wirtschaftspsychologie.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Grundlegende Kenntnisse betrieblicher Funktionen und Interesse an psychologischen Faktoren der Unternehmensführung.

Literatur:

- Jung, H. (2017), Personalwirtschaft, 10. Aufl., München: Oldenbourg
- Petry, T.; Jäger, W. (2021), Digital HR, 2. Aufl., Freiburg: Haufe
- Stock-Homburg, R.; Groß, M. (2019), Personalmanagement, 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (4. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 20.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)

◆ MB277 – Differentielle-, Emotions- und Motivationspsychologie

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB270 – Differentielle-, Emotions- und Motivationspsychologie	<i>Lernform nicht angegeben.</i>	Klausur + ggf. Bonus	<i>Prüfungsumfang nicht angegeben.</i>	<i>Prüfungsdauer nicht angegeben.</i>	5.0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	René Gilster

Lehrinhalte:

Lehrinhalte nicht angegeben.

Qualifikationsziele:

Qualifikationsziele nicht angegeben.

Verwendbarkeit:

Verwendbarkeit nicht angegeben.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Keine

Literatur:

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)

◆ MB279 – Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB272 – Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	Vorlesung mit integrierter Übung	Abnahme		60 Min.	5,0	Bestanden/nicht Bestanden	Sommersemester	150 Stunden	Thorsten Giersch

Lehrinhalte:

Die Veranstaltung gibt eine Einführung in die Methoden wissenschaftlichen Arbeitens. u. a. Literaturrecherche mit Besuch einer Bibliothek, Strukturierung und Auswertung von Informationen, Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten, Einüben der Formalia bei der Erstellung wissenschaftlicher Hausarbeiten.

Sämtliche Phasen der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit werden als Gruppenarbeit an einem ausgewählten Thema durchlaufen.

Ablauf:

- Einführung mit Gruppeneinteilung und Themenvergabe
- Wissenschaftliches Arbeiten: Grundlagen
- Erstellung und Präsentation eines Exposés
- Wissenschaftliches Arbeiten: Ausarbeitung, Zitiertechnik und Präsentation
- Erstellung und Präsentation der in Gruppenarbeit erstellten Hausarbeit
- Abschlusstest

Qualifikationsziele:

Die Studierenden sind in der Lage ...

- die Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens anzuwenden.
- Informationsbeschaffungsstrategien zur Erstellung einer wissenschaftlichen Hausarbeit vergleichend zu beurteilen und durchzuführen.
- die geforderten Formalia für die Erstellung von Hausarbeiten umzusetzen.
- die Arbeitsergebnisse sowohl schriftlich in der Hausarbeit wie auch mündlichen im Rahmen des obligatorischen Vortrags zu präsentieren.

Verwendbarkeit:

Erlernte Methoden und Formalia sind Grundlage für nachfolgende Seminararbeiten, Assignments und Thesis.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Interesse an Wissenschaft als Methode.

Literatur:

- Axel Bänsch, Dorothea Alewell, Wissenschaftliches Arbeiten, 11. Aufl., München [u.a.]: Oldenbourg 2013.
- Nicola Döring, Jürgen Bortz, Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. 5. Aufl., Heidelberg: Springer 2016.
- Werner Heister, Dagmar Weßler-Poßberg, Studieren mit Erfolg: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler, 2., überarbeitete Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2011.
- Jens Hiller, Arbeitstechniken und wissenschaftliches Arbeiten, Herne: Kiehl 2017.
- Walter Krämer, Wie schreibe ich eine Seminar- oder Examensarbeit. 3., überarbeitete und aktualisierte Aufl., Frankfurt: Campus 2009.
- Lydia Prexl, Mit digitalen Quellen arbeiten. Richtig zitieren aus Datenbanken, E-Books, YouTube & Co., 2., aktualisierte und erweiterte Aufl., Paderborn: Ferdinand Schöningh (UTB) 2016.
- Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2019) Research Methods for Business Students, 8th ed., Pearson.
- Manuel René Theisen, Wissenschaftliches Arbeiten : Technik - Methodik Form, 15. Aufl., München: Vahlen 2011.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (2. Semester)

◆ MB017 – Einführung in die Volkswirtschaftslehre

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	Umfang	Dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB008 – Einführung in die Volkswirtschaftslehre	Vorlesung mit integrierter Übung	Klausur + ggf. Bonus		90 Min.	5.0	Drittelnoten	jährlich	150 Stunden	Thorsten Giersch

Lehrinhalte:

- Einführung in die Volkswirtschaftslehre (Gegenstand und Methoden der Volkswirtschaftslehre)
- Grundlagen der Marktwirtschaft
 - Marktgleichgewichte in Abhängigkeit von der Marktform
 - Staatliche Eingriffe (Steuern, Subventionen, Umweltpolitik etc.) und ihre Wechselwirkung mit dem Marktgeschehen
 - Grundlagen der normativen Ökonomik
- Elemente der Makroökonomie
 - Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und Wohlfahrtsmessung
 - Rolle des Geldes
 - Makroökonomische Modellbildung
 - Anwendungen auf die Fiskalpolitik
 - Wirtschaftspolitische Kontroversen

Qualifikationsziele:

Die Vermittlung grundlegender ökonomischer Kompetenzen ist Ziel der Veranstaltung. Die Studierenden erleben die Volkswirtschaftslehre als einen übergreifenden Zugang zum Verständnis von sich und ihrer Umwelt, der sowohl in privater wie beruflicher Hinsicht von Bedeutung ist. Nach der aktiven Teilnahme an der Veranstaltung können sie ...

- die Funktionsweise von Märkten aus mikro- und makroökonomischer Perspektive beschreiben und erklären.
- die ökonomische Denkweise im Rahmen einfacher Modelle darlegen und interpretieren.
- zentrale Begriffe der Volkswirtschaftslehre erläutern und ausgewählte Ansätze wichtigen ökonomischen Denkern zuordnen.
- ausgewählte ökonomische Daten eigenständig suchen und interpretieren.
- die Begrenztheit des ökonomischen Wissens erläutern!
- zu wirtschaftspolitischen Diskussionen Stellung nehmen und diese mit grundlegenden Konzepten und Modellen der Volkswirtschaftslehre verbinden.

Verwendbarkeit:

Das Modul "Einführung in die Volkswirtschaftslehre" ist ein Einführungsmodul. Die erworbenen Kompetenzen ergänzen und vertiefen die betriebswirtschaftlichen Grundlagen der jeweiligen Studiengänge in Hinblick auf die grundlegenden mikro- und makroökonomischen Zusammenhänge, sowie damit verbundener wirtschaftspolitischer Fragestellungen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Eine erste Beschäftigung mit Inhalten und Themen der VWL ist hilfreich, wird aber nicht vorausgesetzt.

Für ein einführendes Selbststudium eignen sich z.B. die unter Literatur angegebenen Lehrbücher von Bofinger, Krugman oder Mankiw.

Literatur:

- Blanchard, Olivier; Illing, Gerhard: Makroökonomie, 8. Aufl. München: Pearson Studium, 2021.
- Bofinger, Peter: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Aufl. München: Pearson Studium, 2019.
- Krugman, Paul; Wells, Robin: Volkswirtschaftslehre, 3. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2023.
- Mankiw, N. Gregory; Taylor, Mark P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 8. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2021.
- Varian, Hal R.: Grundzüge der Mikroökonomik, 9. Aufl., München: Oldenbourg 2016.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 20.0 (3. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)

◆ MB041 – Induktive Statistik

Verantwortliche:	Franziska Bönke
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB017 – Induktive Statistik	Vorlesung mit integrierter Übung	Klausur		90 Min.	5.0	Drittelnoten	jährlich	150 Stunden	Franziska Bönke

Lehrinhalte:

- Wahrscheinlichkeitsrechnung
 - Grundlagen
 - Zufallsvariable und Wahrscheinlichkeitsverteilungen
 - Kombinatorik
 - Ausgewählte diskrete Verteilungen
 - Ausgewählte stetige Verteilungen
 - Hauptsätze der Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik
 - Approximationsregeln
- Stichproben
- Schätzverfahren
 - Punktschätzung
 - Intervallschätzung
- Testverfahren
 - Parametrische Testverfahren
 - Verteilungstests

Qualifikationsziele:

Die Studierenden sind befähigt, weiterführende statistische Methoden zur Lösung komplexer Problemstellungen nutzen und die erzielten Ergebnisse korrekt zu interpretieren.

Die Studierenden erlangen ...

- Verteilungsannahmen für unterschiedliche ökonomische und naturwissenschaftliche Fragestellungen sinnvoll zu tätigen
- die Fähigkeit, Schätzwerte für die Parameter einer Grundgesamtheit zu bestimmen.
- die Fähigkeit, selbständig statistische Tests im Rahmen betrieblicher Aufgabenstellungen zu planen und durchzuführen und die Ergebnisse korrekt anzugeben.
- die Fähigkeit, Intervallwahrscheinlichkeiten unter Verwendung der wichtigsten diskreten und stetigen Dichte- und Verteilungsfunktionen zu berechnen.
- die Fähigkeit, Werte einer Grundgesamtheit zu schätzen und Hypothesen über die Werte einer Grundgesamtheit zu testen.
- die Fähigkeit, mittels geeigneter Computerprogramme statistische Untersuchungen großer Datenmengen vorzunehmen.
- Kenntnisse hinsichtlich des Einsatzes von Testverfahren im Rahmen der statistischen Qualitätskontrolle anhand von Problemstellungen aus der Wirtschaft.
- die Fähigkeit, sowohl eine Zeitreihe zu analysieren und die Komponenten einer Zeitreihe zu berechnen als auch kurz- und langfristige Prognosen durchzuführen.
- die Fähigkeit, die Genauigkeit von Prognosen kritisch zu bewerten.

Verwendbarkeit:

Dieses Modul setzt Grundkenntnisse der Statistik, wie sie zum Beispiel in der Veranstaltung "Deskriptive Statistik" im Modul "Deskriptive Statistik & Grundlagen der Linearen Algebra" erworben werden, voraus. Die Kenntnisse aus dem Modul versetzen die Studierenden in die Lage quantitative Auswertung, wie sie zum Beispiel in empirischen Studien erforderlich sind, vorzunehmen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

keine Voraussetzungen, empfohlen werden aber Kenntnisse der deskriptiven Statistik.

Literatur:

- Bleymüller, Josef: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler; 16. Aufl.; s.l.; Verlag Franz Vahlen; 2012
- Griffiths, William E.; Hill, R. Carter; Judge, George G.: Learning and practicing econometrics; ; New York; John Wiley; 1993
- Hansen, Gerd: Methodenlehre der Statistik; ; München; Vahlen; 1974
- Hansmann, Karl-Werner: Kurzlehrbuch Prognoseverfahren; ; Wiesbaden; s.l.; Gabler Verlag; 1983
- Lippe, Peter Michael von der: Wirtschaftsstatistik; 3., neubearb. u. erw. Aufl.; Stuttgart; Fischer; 1985
- Mood, Alexander MacFarlane; Boes, Duane C.; Graybill, Franklin A.: Introduction to the theory of statistics; 3. ed., international ed., [reprint.]; Auckland; McGraw-Hill; 2009
- Rüger, Bernhard: Induktive Statistik; 2., überarb. Aufl., 2. Nachdr; München; Oldenbourg; 1995
- Schlittgen, Rainer; Streitberg, Bernd H. J.: Zeitreihenanalyse; 3. Aufl., durchges. u. verb; München; R. Oldenbourg; 1989
- Zuckarelli, Joachim: Statistik mit R; ; Heidelberg; O'Reilly; 2017
- Bourier, Günther: Beschreibende Statistik. 11. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler, 2013.
- Kobelt, Helmut; Steinhausen, Detlef: Wirtschaftsstatistik für Studium und Praxis. 7. Auflage. Stuttgart: Schäfer-Poeschel Verlag, 2006.
- Schwarze, Jochen: Grundlagen der Statistik Band 2 : Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik. 10. Auflage. Berlin: nwb Studium 2013.
- Toutenburg, Helge u., a.: Induktive Statistik : Eine Einführung mit R und SPSS. 4. Auflage. Berlin: Springer-Verlag 2008.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
- Computer Games Technology Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 3. Semester)

- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
- Informatik Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (5. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (5. Semester)
- Smart Technology Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 3. Semester)

◆ MB052 – Einführung in Datenbanken

Verantwortliche:	Marco Pawlowski
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB020 – Einführung in Datenbanken	Vorlesung	Klausur		60 Min.	3.0	Drittelnoten	jährlich	90 Stunden	Marco Pawlowski
TB021 – Übg. Einführung in Datenbanken	Übung	Abnahme	2 Aufgaben	20 Min.	2.0	Bestanden/nicht Bestanden	jährlich	60 Stunden	Mustapha Zorgati

Lehrinhalte:

Vorlesungsbegleitende praktische Übungen in SQL und zum Datenbankentwurf

- Einführung in die Datenbanktechnologie
- Datenbanksprache SQL - Einführung
- Datenbank-Abfrage mit SQL
- Datenbanksprache SQL - Einrichten der Datenbank
- Das Entity-Relationship-Datenmodell
- Das Relationale Datenmodell
 - Relationenschemata und Datenabhängigkeiten
 - Relationale Datenbanken
 - Normalformen
- Datenbank - Lebenszyklus

Qualifikationsziele:

Die Studierenden ...

- besitzen die Fähigkeit, ein Datenbanksystem mit SQL zu befragen und in nicht-triviale textuelle Anfrageanforderungen in SQL zu überführen.
- haben grundlegende Kenntnisse über die Ausführung der von ihnen gestellten Anfragen.
- haben die Kompetenz, ein Datenbankentwurfswerkzeug grundlegend zu bedienen.

Die Studierenden ...

- beherrschen die Grundlagen der relationalen Datenbanktechnologie;
- erlangen die Fähigkeit, selbstständig einen Datenbankentwurfsprozess zu planen, eine relationale Datenbank unter Nutzung von SQL einzurichten und die Informationsverarbeitung mittels relationaler Datenbanksysteme unter Nutzung von SQL durchzuführen;
- erlangen die Fähigkeit, mit einem Entwurfstool einen Datenbankentwurfsprozess durchzuführen und mittels SQL selbstständig Anfragen an ein Datenbanksystem zu stellen.

Verwendbarkeit:

Das Modul komplementiert Einführungen in die Programmierung ("Einführung in die Programmierung", "Programmstrukturen 1") in allen Studiengängen. Es ist mit den fortgeschrittenen Modulen "Datenbanktheorie und -implementierung" (Bachelor) und "Konzepte der Datenbanktechnologie" (Master) kombinierbar. Das Modul sollte in allen Studiengängen verwendet werden, in denen Datenhaltung wesentlich ist.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Vorausgesetzt wird ein grundlegendes Verständnis der Konzepte von Programmiersprachen.

Empfohlen wird die Einrichtung der in der Übung verwendeten Werkzeuge.

Literatur:

- Elmasri, Ramez; Navathe, Shamkant B.: Grundlagen von Datenbanksystemen. 3. Aufl. München: Pearson -Verlag, 2009.
- Meier, Andreas: Relationale Datenbanken Leitfaden für die Praxis. Berlin: Springer-Verlag, 2004.
- Vetter, Max: Aufbau betrieblicher Informationssysteme mittels konzeptioneller Datenmodellierung. 8. Aufl. Stuttgart: Vieweg-Teubner, 1998.
- Vossen, Gottfried: Datenmodelle, Datenbanksprachen und Datenbank-Management-Systeme. 5. Aufl. Oldenbourg: Oldenbourg-Wissenschaftsverlag, 2008.

Vorlesungsunterlagen

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
- Computer Games Technology Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
- Informatik Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (5. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
- Medieninformatik Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)
- Smart Technology Bachelor of Science Version 24.0 (3. Semester)
- Technische Informatik Bachelor of Science Version 24.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)

- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
 - Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 3. Semester)
-

◆ MB221 – Grundlagen Data Science

Verantwortliche:	Hendrik Annuth
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB104 – Data Literacy	Vorlesung	Klausur	9 Seiten	60 Min.	3,0	Drittelnoten	jährlich	90 Stunden	Hendrik Annuth
TB121 – Übg. Data Science	Übung	Abnahme	15 Aufgaben	30 Min.	2,0	Bestanden/nicht Bestanden	jährlich	60 Stunden	Emre Kılıc

Lehrinhalte:

Nach dem Besuch des "Data Literacy" Moduls können die Studierenden ...

- Geschäftsanforderungen interpretieren
- Besprechen von Geschäftsanforderungen für die Implementierung
- Ändern von Geschäftsfragen in analytische Fragen
- Das Erklären von Datenquellen
- Das Diskutieren von KPIs, Metriken und Kennzahlen
- Die Bewertung der Datenqualität

Daten verstehen und transformieren

- Erläutern verschiedener Datentypen und Auswirkungen auf die Analyse
- Vergleiche verschiedener Klassifikationen von Daten
- Erläutern von Datenstruktur und die Auswirkungen auf die Analyse
- Verwendung grundlegender statistischer Methoden
- Erläutern der für die Analyse erforderlichen Aggregationen
- Vergleiche von Verteilungsarten und erläutern Sie die Auswirkungen auf die Analyse
- Bewertung der Notwendigkeit von Datenverwaltung und -sicherheit
- Datenstrukturen transformieren

Entwerfen und Interpretieren von Visualisierungen

- Verwendung grundlegender Visualisierungsmethoden
- Geschichtenerzählen mit Visualisierungen
- Feststellen, ob die Visualisierung die analytische Frage beantworten kann
- Interpretation der Visualisierung, um Beobachtungen zu erstellen
- Erläutern von Ausreißern, Trends und Beziehungen zwischen Datenelementen
- Herleitung einer Hypothese und Empfehlung für Analyseschritte
- Testen von Daten auf Korrelationen und Ursachen

Auf Ergebnisse reagieren

- Entscheiden, welche Erkenntnisse aus der Analyse gewonnen wurden
- Empfehlung von Maßnahmen basierend auf der Analyse
- Prognostizieren der möglichen Folgen von Maßnahmen zur Minimierung unbeabsichtigter Ereignisse
- Bewertung und Integration von Feedback in einen Aktionsplan
- Die ethische und angemessene Verwendung von Daten und Erkenntnissen
- Auswahl einer passenden Problemstellung
- Identifikation von Datenquellen oder Möglichkeiten der Datenerfassung für die Problemstellung
- Einfache Auswertungstechniken für Datensätze
- Einführung in Programmiersprachen R und Python auf Anfängerniveau
- Einlesen von Standarddatenformaten
- Erstellung und Verarbeitung von Standarddatenformaten (csv, xlsx, txt)

Qualifikationsziele:

- Transformation einer konkreten Problemstellung in einen datengetriebenen Entscheidungsprozess
- Entwicklung von einfachen Modellen zur Unterstützung von Entscheidungsprozessen
- Verständnis für die Erstellung und Verarbeitung von Standarddatenformaten (csv, xlsx, txt) in R und Python
- Erfahrung mit Selbstorganisation in der Gruppe
- Erfahrung mit Ergebnispräsentationen

Das Modul "Data Literacy" stattet die Studierenden mit den wichtigsten Vokabeln aus und vermittelt das Grundlagenwissen in Data Literacy & Analytics.

Die Studierenden können die verschiedenen Aspekte von Daten verstehen und erklären:

- Verstehen, was Data Analytics ist
- Verstehen, wie diese Techniken in realen Situationen angewendet werden
- Verständnis für die Unterschiede von Data Literacy und Data-Literacy-Kultur?
- Die Fähigkeit, die Auswirkungen von Daten auf zukünftige Stellenbeschreibungen, Rollen und Verantwortlichkeiten einzuschätzen
- Datenterminologie und Grundlagen
- Verschiedene Arten von Daten
- Datenbereitschaftsbewertung
- Grundlegende statistische Ansätze
- Aufbau und Bewertung von Hypothesen
- Grundlegende Datenvisualisierungen
- Entscheidungsfindung mit Statistiken und Analysen
- Ethik, Erklärbarkeit und Qualität der Daten

Die Studierenden werden nach erfolgreicher Teilnahme am Modul in der Lage sein, datengesteuerte Anwendungsfälle zu identifizieren, zu bewerten und zu

definieren, um damit einen geschäftlichen Wert zu generieren.

Die Hauptaspekte, die die Studenten in diesem Modul behandeln, sind:

1. Die Fähigkeit, Daten zu verstehen
Kenntnisse in Daten und Analysen, die es den Studierenden ermöglichen, Daten einzulesen, zu verstehen und zu interpretieren.
2. Fähigkeit, mit Daten zu arbeiten
Das Arbeiten mit Daten bedeutet, dass eine Person Datensätze sinnvoll Visualisieren und Analysen kann.
3. Fähigkeit zur Datenanalyse
Das Analysieren von Daten beinhaltet die Fähigkeiten Fragen zu stellen, die den Prozess auf Geschäftsziele fokussieren, und Trends und Mustern innerhalb der Daten zu erkennen.
4. Data Storytelling
Schließlich können die Studierenden mithilfe von Daten Hypothese aufstellen und argumentativ Positionen vertreten.

Zusammen mit diesen vier Schlüsselmerkmalen werden die Studierenden ihre Fähigkeiten in datengestützter Entscheidungsfindung durch die vier Analyseebenen schärfen: beschreibend, diagnostisch, prädiktiv und präskriptiv.

Verwendbarkeit:

Das Modul stellt eine Einführung in den Bereich Data Science dar. Es lässt sich sowohl mit Veranstaltungen aus den Wirtschaftswissenschaften, als auch mit anderen Grundlagenthemen aus dem Bereich Data Science kombinieren. Das Modul vermittelt eine Einleitung in das Gestalten datenorientierter Prozesse und bereitet somit die Anwendung von Data-Science- und Machine-Learning-Verfahren vor und somit auch vertiefende Veranstaltungen in der Datenvisualisierung und im Machine Learning.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Basiswissen der Mathematik wie Bruchrechnung und einfache Logikregeln wie die Auswahl von Maxima und Minima werden vorausgesetzt, zusätzlich ein Basisverständnis über Wertschöpfungsprozessen in Unternehmen.

Literatur:

- Data Literacy: How to Make Your Experiments Robust and Reproducible; Academic Press 2017; Neil Smalheiser
- Data Literacy: A User's Guide; SAGE Publications 2015; David Herzog
- The Basics of Data Literacy; National Science Teachers Association 2014; Michael Bowen, Anthony Bartley
- Data Analytics for Absolute Beginners: A Deconstructed Guide to Data Literacy; Independently published 2019; Oliver Theobald
- Introduction to Robotics; Addison Wesley 1991; Phillip John McKerrow
- Data Science for Business: What You Need to Know about Data Mining and Data-Analytic Thinking; O'Reilly Media 2013; Foster Provost, Tom Fawcett
- The Truthful Art: Data, Charts, and Maps for Communication; New Riders 2016; Alberto Cairo
- The Signal and the Noise: Why So Many Predictions Fail – but Some Don't; Penguin 2013; Nate Silver
- Naked Statistics: Stripping the Dread from the Data; Brilliance Corp 2014; Charles Wheelan
- The Art of Statistics: Learning from Data; Pelican Books 2019; David Spiegelhalter

siehe Vorlesung

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 3. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (1. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)
- Informatik Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- Medieninformatik Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 3. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 3. Semester)

◆ MB278 – Kognitive Psychologie

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB271 – Kognitive Psychologie	<i>Lernform nicht angegeben.</i>	Klausur + ggf. Bonus	<i>Prüfungsumfang nicht angegeben.</i>	<i>Prüfungsdauer nicht angegeben.</i>	5.0	Drittelnoten	Wintersemester	150 Stunden	<i>Alexander Fischer</i>

Lehrinhalte:

Lehrinhalte nicht angegeben.

Qualifikationsziele:

Qualifikationsziele nicht angegeben.

Verwendbarkeit:

Verwendbarkeit nicht angegeben.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Keine

Literatur:

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)

◆ MB280 – Grundlagen Servicemanagement und Grundlagen Marketing- und Vertriebsmanagement

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Leistung	Lernform	Prüfungsform	Umfang	Dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB281 – Grundlagen Servicemanagement, Grundlagen Marketing- und Vertriebsmanagement	Vorlesung	Klausur + ggf. Bonus		80 Min.	5,0	Drittelnoten	Wintersemester	150 Stunden	Thorsten Giersch

Lehrinhalte:

Das Modul führt in zwei zentrale Bereiche der Betriebswirtschaftslehre ein. Die zentrale Bedeutung jeder der Bereiche für die moderne Betriebswirtschaftslehre soll erfasst werden, hierbei werden auch bestehende Berührungspunkte beider Themenfelder nachvollzogen und auf konkrete Beispiele aus der Unternehmenspraxis angewendet.

Speziell im Kontext Marketing werden folgende Themen behandelt:

- Marketingverständnis entwickeln - Klärung des Marketing-Begriffs
- Kunden / Zielgruppen verstehen - Grundlagen des Konsumentenverhaltens
- Märkte und Wettbewerber analysieren - Grundlagen der Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Marketing-Ziele und -Strategien kennen
- Marketing-Maßnahmen gestalten - Marketing-Mix
- Marketing-Maßnahmen kontrollieren - Marketing-Controlling

Im Kontext Servicemanagement werden die besonderen betriebswirtschaftlichen Aspekte von Services bzw. Dienstleistungen behandelt und die zentralen Fragestellungen des Servicemanagements als eigenständiger Anwendungsbereich der BWL entwickelt, der Stoff gliedert sich wie folgt:

- Einführung
- Abgrenzungskriterien für Dienstleistungen bzw. Services
- Der Kunde im Fokus
- Dienstleistungsstrategien
- Innovation und Dienstleistungsdesign
- Dienstleistungsmarketing
- Dienstleistungsproduktion

Qualifikationsziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein, die grundlegenden Inhalte, Modelle und Ansätze von Marketing und Servicemanagement sachgerecht beurteilen zu können. Die Wichtigkeit jeder der Bereiche für grundlegende Fragestellungen der Betriebswirtschaft soll erfasst und auf konkrete Beispiele aus der Unternehmenspraxis angewendet werden können.

Aufgrund der breiten Verwendung in verschiedenen Studiengängen bzw. Vertiefungsrichtungen ist es auch Lernziel, dass die Studierenden in einem interdisziplinären Kontext die zentrale Bedeutung von Digitalisierung und Psychologie für Marketing und Dienstleistungsmanagement beschreiben, einordnen und bewerten können.

Die Studierenden ...

- können die Grundlagen des Marketings im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung beschreiben und anwenden.
- sind in der Lage, die Grundzüge des Konsumentenverhaltens mit grundlegenden Marketing- und Vertriebstechniken in Beziehung setzen.
- verstehen es, Methoden der Markt- und Medienforschung grundlegend zu beurteilen und kritisch zu vergleichen.
- kennen die grundlegenden Erfolgsfaktoren einer Markenstrategieformulierung.
- können die Elemente des Marketing-Mix und den Einsatz von Marketing-Instrumenten beurteilen und zielführend einsetzen.
- unterschiedliche Ansätze der Definition von Dienstleistungen erläutern,
- unterschiedliche Branchen dem Dienstleistungsbereich zuordnen und Trends der Dienstleistungsentwicklung beschreiben.
- die grundsätzlichen Herausforderungen und Themen des Servicemanagements erläutern.
- die besondere Rolle der Kundenbeziehung darlegen und einschätzen.
- die Besonderheiten von Dienstleistungen auf die Bereiche Strategie, Entwicklung von Dienstleistungen, Marketing und Produktion von Dienstleistungen übertragen.
- das Servicemanagement mit allgemeinen Fragestellungen aus der BWL verbinden.

Verwendbarkeit:

Das Modul führt in mögliche Vertiefungsrichtungen in den Studiengängen BWL und Wirtschaftspsychologie ein. Daneben dient das Modul auch als wichtiges betriebswirtschaftliches Grundlagenmodul für weitere Studiengänge, die neben der Wirtschaftsrichtung eine vergleichsweise stärkere Informat- oder Technikausrichtung aufweisen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Das Modul baut auf der Veranstaltung Einführung in die Grundlagen der BWL auf. Dortige Fragestellungen werden aufgegriffen, erweitert und vertieft. Eine Durchsicht der entsprechenden Unterlagen ist hilfreich und erleichtert den Einstieg.

Literatur:

Marketing

- ESCH, Franz-Rudolf, HERRMANN, Andreas, SATTLER, Henrik: Marketing eine managementorientierte Einführung, 5. Aufl., München: Vahlen, 2017.
- GLÄSER, Martin: Medienmanagement, 3. Aufl., München: Vahlen, 2014.
- KREUTZER, Ralf: Praxisorientiertes Marketing - Grundlagen - Instrumente - Fallbeispiele, 6. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2022.
- MEFFERT, Heribert, BURMANN, Christoph, KIRCHGEORG, Manfred: Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 13. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2018.
- SCHUMANN, Matthias; HESS, Thomas; HAGENHOFF, Svenja: Grundfragen der Medienwirtschaft: Eine betriebswirtschaftliche Einführung, 5. Aufl., Berlin; Heidelberg: Springer, 2014.
- WIRTZ, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement, 10. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2019.
- WIRTZ, Bernd W.: Multi-Channel-Marketing: Grundlagen – Instrumente – Prozesse, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2022.

Service-Management

- Biermann, Thomas, Kompakt-Training Dienstleistungsmanagement, 2. Aufl. Ludwigshafen: Kiehl 2006.
- Corsten, Hans, Gössinger, Ralf, Dienstleistungsmanagement, 6. Aufl. München: Oldenbourg 2015.
- Fitzsimmons, James A., Fitzsimmons, Mona J., Bordoloi, Sanjeev, Service Management: Operations, Strategy, Information Technology, 10th ed. London:McGraw-Hill 2022.
- Fließ, Sabine, Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler 2008.
- Grönroos, Christian, Service Management and Marketing, 4th ed. New York:Wiley 2015.
- Haller, Sabine, Wissing, Christian, Dienstleistungsmanagement, 8. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler 2020

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 3. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 3. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 3. Semester)

◆ MB086 – Controlling und Unternehmensführung

Verantwortliche:	Franziska Bönte
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB031 – Controlling, Unternehmensführung	Vorlesung mit integrierter Übung	Klausur		120 Min.	5,0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	Franziska Bönte

Lehrinhalte:

- Grundlagen der Unternehmensführung: Begriffsdefinitionen und -abgrenzungen, Theorien der Unternehmensführung, System der Unternehmensführung
- Normativer Rahmen der Unternehmensführung: Elemente der normativen Unternehmensführung wie Unternehmensphilosophie, Unternehmensziele, Unternehmenskultur, Corporate Governance und Unternehmensmission
- Planung und Kontrolle: Funktionen der Planung und Kontrolle, Grundbestandteile eines Plans, Systematisierung der Planung und Kontrolle, Planungs- und Kontrollsystem, Grenzen und Problembereiche in der Praxis, Aktionsplanung und -kontrolle, Budgetierung
- Risikomanagement: Definition, Identifikation, Bewertung und Steuerung von Risiken
- Organisation: Begriffsdefinition, Gestaltungsparameter der Organisation, Idealtypen der Organisation
- Personal: Gegenstand der Personalfunktion, Personalmanagement, Personalführung
- Informationsmanagement: Information und Kommunikation, Aufgabenbereiche des Informationsmanagements

In Zeiten gesättigter Märkte führt nationaler und internationaler Wettbewerbsdruck zu Verdrängungswettbewerb, der den Informationsbedarf der Unternehmensführung erhöht. Dabei werden nicht isolierte Einzelinformationen gewünscht, sondern

- zeitnahe,
- Zusammenhänge aufdeckende und
- mit Vergleichsgrößen kombinierte

Informationen nachgefragt, die analytischen und entscheidungsvorbereitenden Charakter miteinander verbinden. In diesem Zusammenhang erhält das Controlling als Disziplin, und der Controller als das kaufmännische Gewissen der Unternehmensführung einen deutlich höheren Stellenwert. Gliederung der Veranstaltung

- Vorbemerkungen
- Grundlagen
- Ausgewählte Controllingfelder
 - Fachkonzeptbestimmte Controllingfelder
 - Der Investitionsplanungsprozess
 - Projektcontrolling
 - IT-getriebene Controllingfelder
 - Berichtswesen
 - Hochrechnungstechniken
 - Abweichungsanalysen
 - IT-Controlling (Controlling des Informationsmanagements)

Qualifikationsziele:

Die Studierenden ...

- leiten den Begriffsinhalt wesentlicher Theorien und des Systems der Unternehmensführung ab.
- erarbeiten einen systematischen Überblick über den normativen Rahmen der Unternehmensführung (Unternehmensphilosophie, Unternehmensziele, Unternehmenskultur, Corporate Governance, Unternehmensmission).
- erarbeiten ein systematisches Verständnis für die Planung und Kontrolle.
- wenden die Budgetierungstechnik anhand von Case Studies an und beurteilen die jeweiligen Ergebnisse.
- erläutern und beurteilen Risiken der Unternehmensführung und wenden wesentlichen Methoden des Risikomanagements an - insbesondere Identifikation, Bewertung und Steuerung von Risiken.
- erläutern und beurteilen die Gestaltungsparameter sowie die Idealtypen der Organisation.
- erläutern und beurteilen wesentliche Aspekte des Personalmanagements sowie der Personalführung (Motivationstheorien, Führungstheorien und -stile, Führungsprinzipien).
- erläutern und beurteilen wesentliche Aufgabenbereiche des Informationsmanagements.

Die Studierenden ...

- sind in der Lage, die Aufgabenfelder und Funktionen des Controllings im Zusammenspiel mit der Unternehmensführung einordnen zu können.
- beherrschen die Methoden und Instrumente zur Problemerkennung und -lösung.
- besitzen die Fähigkeit, Problemlösungen entscheidungsunterstützend zu präsentieren.

Verwendbarkeit:

Die im Modul "Controlling & Unternehmensführung" erworbenen Kompetenzen stellen die Grundlagen für zum Beispiel die Module "Übg. Controlling" sowie "Entre- und Intrapreneurship" dar. Die bereits erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden bezüglich der praktischen Anwendung weiterentwickelt und um Aspekte des Entre- und Intrapreneurship ergänzt.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

keine

Literatur:

- DILLERUP, Ralf; STOI, Roman: Unternehmensführung. 4. Aufl., München 2013.
- STEINMANN, Horst; SCHREYÖGG, Georg; KOCH, Jochen: Management - Grundlagen der Unternehmensführung. 6. Aufl., Wiesbaden 2013.
- WAIBEL, Roland; KÄPPELI, Michael: Betriebswirtschaft für Führungskräfte. 5. Aufl., Zürich 2015.

- WEBER, Jürgen; BRAMSEMANN, Urs; HEINEKE, Carsten; HIRSCH, Bernhard: Wertorientierte Unternehmensführung. Wiesbaden 2004.
- WOLF, Joachim: Organisation, Management, Unternehmensführung. 4. Aufl., Wiesbaden 2011.
- BLOHM, Hans; LÜDER, Klaus, SCHAEFER, Christina: Investition. 10. Aufl., München: Vahlen, 2012.
- BRÜHL, Rolf: Controlling-Grundlagen des Erfolgscontrollings. 3. Aufl. München; Wien: Oldenbourg, 2012
- COENENBERG, Adolf G.; FISCHER, Thomas M.; GÜNTHER, Thomas: Kostenrechnung und Kostenanalyse. 7. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2009
- EWERT, Ralf; WAGENHOFER, Alfred: Interne Unternehmensrechnung, 8. überarb. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden, 2014
- FIEDLER, Rudolf; GRÄF, Jens: Einführung in das Controlling. 3. Aufl., München: Oldenbourg, 2012
- HORVATH, Peter: Controlling. 12. Aufl. München: Vahlen, 2011
- KÜPPER, Hans-Ulrich et al.: Controlling: Konzeption, Aufgaben und Instrumente. 6. überarb. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2013
- LAUSE, Berthold: Methoden der Abweichungsanalyse in der Kosten- und Erfolgskontrolle. Bergisch Gladbach: Eul, 1992.
- LACHNIT, Laurenz; MÜLLER, Stefan: Unternehmenscontrolling. 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 2012
- WEBER, Jürgen; SCHÄFFER, Utz: Einführung in das Controlling. 14. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2014

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (4. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (4. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (4. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (4. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (6. Semester)

◆ MB118 – Soft Skills

Verantwortliche:	Frank Bargel
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB042 – Assistenz	Assistenz	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)	15 Seiten		3,0	Bestanden/nicht Bestanden	jedes Semester	90 Stunden	Frank Bargel
TB043 – Communication Skills	Workshop	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)	15 Seiten		2,0	Bestanden/nicht Bestanden	jedes Semester	60 Stunden	Anna-Magdalena Kölzer

Lehrinhalte:

Communication Skills

Im Rahmen des Workshops werden die folgenden Inhalte behandelt:

- Selbstanalyse (Fragebogen) als Grundlage für Bewerbungen
- Rhetorik & Präsentation (Theorie und Praxis)
- Struktur und Aufbau von Bewerbungsunterlagen
- Bewerbungsprozess
- Interview (Theorie und Praxis)
- Assessment Center (Theorie)
- Persönlichkeitsfragebogen und Testverfahren (Intelligenz und Konzentration) (Praxis)
- Gruppenübungen (Praxis)

Assistenz

Im Rahmen der Assistenz werden die Studierenden von den Hochschullehrern mit konkreten (Teil)-Projekten betreut. Diese können ein weites Spektrum umfassen. So sind z.B. die Durchführung kleinerer empirischer Umfragen oder auch die eigenständige Recherche und Ausarbeitung spezieller Fachinhalte denkbar. Ebenso in Betracht kommen die Durchführung von Tutorien oder Übungen. Die Assistenz ist selbständig zu bearbeiten und kann die Abstimmung mit anderen Studierenden erfordern.

Qualifikationsziele:

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die Fähigkeit erworben, in Kooperation mit den Dozenten und Assistenten, ihr Wissen und ihre Erfahrungen aus früheren Veranstaltungen der Betriebswirtschaftslehre, Mathematik und Informatik an Studierende jüngerer Semester weiter zu geben. Mit zunehmender Dauer des Semesters verbinden die Studierenden Kenntnisse aus dem Workshop "Communication Skills" mit ihrer Assistenzfähigkeit.

Die Studierenden verfügen nach dem Besuch des Workshops über folgende Kompetenzen:

- Besitz verbesserter persönlicher Soft Skills, wie sie für Studium oder Beruf erforderlich sind
- Sensibilität für menschliche Interaktionen und Betriebsprozesse
- Besitz erweiterter rhetorischer Fähigkeiten im Rahmen von Präsentationen, Vorträgen und Referaten sowie sozialer Kompetenz
- Kenntnis der Bedeutung von verbalen und nonverbalen Signalen für die eigene Kommunikation sowie die Fähigkeit, diese zu erkennen
- Fähigkeit zum angemessenen Verhalten bei Teamarbeit oder Projekten
- Fähigkeit zur Selbstdarstellung bei Bewerbungen, Interviews, Assessment-Centern.

Die Studierenden entwickeln im Rahmen der Assistenz unter Anleitung eines Hochschullehrers die Fähigkeiten ...

- fachspezifische Aufgabenstellungen zu analysieren
- problemspezifische Lösungen zu konzipieren und
- als Ergebnis begründet zu präsentieren.

Verwendbarkeit:

Die Inhalte dieses Moduls können gewinnbringend in Projekten, der Bachelor-Thesis und im täglichen Berufsleben genutzt werden.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Fachliche Inhalte der ersten vier Studiensemester

Literatur:

- ARNOLD, Frank:
Management von den besten lernen.
München: Hans Hauser Verlag, 2010
- APPELMANN, Björn:
Führen mit emotionaler Intelligenz.
Bielefeld: Bertelsmann Verlag, 2009
- BIERKENBIEHL, Vera F.:
Rhetorik, Redetraining für jeden Anlass. Besser reden, verhandeln, diskutieren.
12. Aufl. München: Ariston Verlag, 2010
- BOLLES, Nelson:
Durchstarten zum Traumjob. Das ultimative Handbuch für Ein-, Um- und Aufsteiger.
2. Aufl. Frankfurt/New York: Campus Verlag, 2009
- DUDENREDAKTION mit HUTH, Siegfried A.:
Reden halten - leicht gemacht. Ein Ratgeber.
Mannheim/Leipzig: Dudenverlag, 2007
- GRÜNING, Carolin; MIELKE, Gregor:
Präsentieren und Überzeugen. Das Kienbaum Trainingskonzept.
Freiburg: Haufe-Lexware Verlag, 2004

- HERTEL, Anita von:
Professionelle Konfliktlösung. Führen mit Mediationskompetenz.
Handelsblatt, Bd., 6, Kompetent managen.
Frankfurt: Campus Verlag, 2009
- HESSE, Jürgen; SCHRADER, Hans Christian:
Assessment-Center für Hochschulabsolventen.
5. Auflage, Eichborn: Eichborn Verlag, 2009
- MENTZEL, Wolfgang; GROTZFELD, Svenja; HAUB, Christine:
Mitarbeitergespräche.
Freiburg: Haufe-Lexware Verlag, 2009
- MORITZ, Andr; RIMBACH, Felix:
Soft Skills für Young Professional. Alles was Sie für ihre Karriere wissen müssen.
2. Aufl. Offenbach: Gabal Verlag, 2008
- PERTL, Klaus N.:
Karrierefaktor Selbstmanagement. So erreichen Sie ihre Ziele.
Freiburg: Haufe-Verlag, 2005
- PORTNER, Jutta:
Besser verhandeln. Das Trainingsbuch.
Offenbach: Gabal Verlag, 2010
- PÜTTJER, Christian; SCHNIERDA, Uwe:
Assessment-Center. Training für Führungskräfte.
Frankfurt/New York: Campus Verlag, 2009
- PÜTTJER, Christian; SCHNIERDA, Uwe:
Das große Bewerbungshandbuch.
Frankfurt: Campus Verlag, 2010
- SCHULZ VON THUN, Friedemann; RUPPEL, Johannes; STRATMANN, Roswitha:
Miteinander Reden. Kommunikationspsychologie für Führungskräfte.
10. Auflage, Reinbek bei Hamburg: rororo, 2003

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (4. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (6. Semester)
- Computer Games Technology Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 14.0 (5. Semester)
- Informatik Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (2. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Medieninformatik Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Smart Technology Bachelor of Science Version 24.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Technische Informatik Bachelor of Science Version 24.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)

◆ MB281 – Strategisches Marketing- und Vertriebsmanagement

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB273 – Strategisches Marketing- und Vertriebsmanagement	Vorlesung	Klausur + ggf. Bonus		90 Min.	5.0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	Alexander Fischer

Lehrinhalte:

Marketingmanagementprozess im Überblick

- Einführung in den Marketingmanagementprozess und seine Komponenten
- Relevanz des strategiegetriebenen Marketing- und Vertriebsmanagements

Relevanz strategischen Brand Marketings im Kontext des Konsumenten- und Entscheidungsverhaltens

- Relevanz der Markenbekanntheit
- Relevanz des Markenimages / positiver singularer und multiattributiver Einstellungen
- Theorie des geplanten / überlegten Verhaltens / Handels

Erfolgsdeterminante des strategischen Marketing- und Vertriebsmanagements: Marken- und produktbezogene Entscheidungsverhalten aus Sicht von Marktgesetzmäßigkeiten

- Einführung in Marktgesetzmäßigkeiten
- Evolution von Märkten und deren Parzellierung
- Habitualisierung und Evoked-Setbildung entlang des Lebenszyklus

Strategische Erfolgsdeterminanten des Markenimageaufbaus und der Markenstrategieevolution

- Markenidentitäten im Kontext von C- und B-Corporations
- Markenidentitätsmodelle im Überblick
- Markenidentitäten im Kontext der Markenarchitektur
- Markenpositionierungsmodelle im Überblick
- Wertebasierte Positionierungsmodelle
- Wertebasierte Positionierung im Kontext der Means-End-Kette

Markenbekanntheit und Image im Kontext von Kaufprozessmodellen

- Brand Marketing und Performance Marketing im Kontext der Kaufprozessmodelle
- Überblick über Kaufprozessmodelle
- Branchenspezifische Kaufprozessmodelle

Markenwachstumsoptionen

- Markenerweiterungen
- Markenallianzen

Konzeption von Kontaktpunkt und Vertriebskanalstrategien im B2C- und B2B-Kontext

- Vertriebliche Kontaktprinzipien in Zeiten des Show- und Webroomings
- Distanz-, Domizil- und Residenzprinzip
- Mehrkanalvertrieb
- Omni-Channelvertrieb
- Plattformen / Online-Marktplätze
- Category Management entlang der Vertriebskanäle
- Intermediation und Disintermediation

Marketing- und Vertriebscontrolling

- Marketingcontrolling
- Vertriebscontrolling

Qualifikationsziele:

Am Ende des Moduls sind die Studierenden in der Lage, den Marketing- / Vertriebsprozess von der Analyse über die Konzeption bis hin zur Umsetzung zu beschreiben und auf verschiedene Branchen zu übertragen. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt auf den strategischen Themen.

In der integrierten Übung vertiefen die Studierenden die theoretischen Grundlagen an konkreten praktischen Fragestellungen und verstehen es geeignete Methoden und Instrumente der Analyse, Marketing- und Vertriebskonzeption anzuwenden.

Durch Fallstudien und Praxisreferenten lernen die Studierenden die Anwendung der erlernten Inhalte in der unternehmerischen Praxis. Sie erwerben die Kompetenz strategische Marketing- und Vertriebsentscheidungen reflektiert im Kontext der gegebenen Marktsituation zu treffen. Sie können Markenstrategien in Form von Identitäten und Positionierungen formulieren und einen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit und zum Aufbau bzw. Ausbau des Markenwertes eines Unternehmens leisten. Studierende sind in der Lage in unterschiedlichen Branchen erfolgreiche Vertriebsstrategien zu konzipieren.

Verwendbarkeit:

Dieses Modul vertieft die Inhalte der Veranstaltung Grundlagen Marketing und Vertrieb des Bachelors Betriebswirtschaftslehre in strategischer Hinsicht. Dieses Modul ist neben dem Bachelor Betriebswirtschaftslehre auch für die Bachelor E-Commerce, Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftsingenieurwesen geeignet.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Empfehlung: Kenntnisse des Moduls Grundlagen Marketing und Vertrieb.

Literatur:

- BECKER, Jochen: Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, 11. Aufl., München: Vahlen, 2018.
- BINET, Les, FIELD, Peter: The Long and the Short of it: Balancing Short and Long-Term Marketing Strategies, IPA, 2013.
- BINET, Les, FIELD, Peter: Media in Focus: Marketing Effectiveness in the Digital Era, IPA, 2017.
- BINET, Les, FIELD, Peter: Effectiveness in Context: A Manual for Brand Building, IPA, 2018.
- DUNCKER, Christian, DRÖMANN, Uli: Markenpositionierung braucht eine neue Perspektive, in: Absatzwirtschaft, 12/2018, S. 64-67.
- ESCH, Franz-Rudolf: Strategie und Technik der Markenführung, 9.Aufl., München: Vahlen, 2017.
- ESCH, Franz-Rudolf (Hrsg): Handbuch Markenführung, Springer, 2019.
- KOTLER, Philip. KARTAJAYA, Hermawan, SETIAWAN, Iwan: Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, Wiley, 2017.
- KROEBER-RIEL, Werner, GRÖPPEL-KLEIN, Andrea: Konsumentenverhalten, 11. Aufl., München, Vahlen, 2019.
- SHARP, Byron: How Brands Grow: What Marketers Don't Know, Oxford, 2010.
- SHARP, Byron, ROMANIUK, Jennifer: How Brands Grow: Including Emerging Markets, Services, Durables, B2B and Luxury Brands, Oxford, 2021.
- Sowie aktuelle wissenschaftliche Aufsätze.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)

◆ MB282 – Servicemärkte: Wettbewerb, Strategien und Branchen

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB274 – Servicemärkte: Wettbewerb, Strategien und Branchen	Vorlesung mit integrierter Übung	Klausur + ggf. Bonus		60 Min.	5,0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	Thorsten Giersch

Lehrinhalte:

Ziel der Veranstaltung ist die Vermittlung umfassender Kenntnisse zur Funktionsweise und empirischen Analyse unterschiedlicher Dienstleistungsmärkte. Das bestehende Grundlagenwissen soll dabei durch eine Systematisierung und die exemplarische Kenntnis ausgewählter Branchen vertieft werden. Anknüpfend an traditionellen Analysekonzepten aus der Industrieökonomik werden aktuelle Aspekte, wie Plattformmärkte, Service-Ökosysteme und regulatorischer Rahmen, digitale Strategien und Geschäftsmodelle behandelt. Eine Branchenanalyse als Gruppenarbeit schließt das Modul ab.

Inhaltübersicht:

- SCP-Approach
- Industry Analysis
- Service Platforms
- Service Ecosystems
- Strategies and Resources
- Service Pricing
- Selected Service Industries (Group Work)

Qualifikationsziele:

- Sie können grundlegende Konzepte der Marktbeschreibung und Marktanalyse benennen und auf die spezifischen Aspekte von Dienstleistungsmärkten anwenden.
- Sie können Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Dienstleistungsmärkten erfassen und analysieren.
- Sie können an ausgewählten Beispielen die Schritte einer Branchenanalyse von der Konzeptionierung über die Datensuche und Datenaufbereitung bis zur Präsentation der Ergebnisse durchführen.
- Sie können über Trends und strategische Herausforderungen in Dienstleistungsmärkten berichten und in einem geeigneten Rahmen serviceorientierte Geschäftsmodelle darstellen.

Verwendbarkeit:

Das Modul baut auf allgemeinen betriebswirtschaftlichen Einführungsveranstaltungen wie "Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre" und "Einführung in die Volkswirtschaftslehre" auf, knüpft aber insbesondere an dem Einführungsmodul "Grundlagen des Dienstleistungsmanagements" an. Diese Grundlagen werden mit dem Fokus auf Dienstleistungsmärkte inhaltlich und methodisch erweitert und vertieft. Hierbei werden auch Wechselbeziehungen zu IT-Fragestellungen und entsprechenden Modulen benachbarter Studiengänge aufgezeigt, etwa technische Services in der Industrie, Software as a Service und Plattformökonomie.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Inhaltlich baut das Modul insbesondere an dem Einführungsmodul "Grundlagen des Dienstleistungsmanagements" an. Diese Grundlagen werden mit dem Fokus auf Dienstleistungsmärkte und deren empirische Darstellung inhaltlich und methodisch erweitert und vertieft. Ausgangsfrage ist dabei, was unterschiedliche Dienstleistungsmärkte (Branchen) kennzeichnet und wie der Wettbewerb und zugehörige Strategien zu erfassen und analysieren sind. Vorkenntnisse und die Beschäftigung mit konkreten Servicemärkten ist von Vorteil.

Literatur:

- Abell, Derek F.: Defining the Business. The Starting Point of Strategic Planning, Engelwood Cliffs: Prentice Hall 1980.
- Bühler, Stefan; Jaeger, Franz: Einführung in die Industrieökonomik, Berlin [u., a.]: Springer 2002.
- Dillerup, Ralf; Stoi, Roman: Unternehmensführung, 3. Aufl. München: Vahlen 2011.
- Fitzsimmons, James A. et al. Service Management. Operations, Strategy, Information Technology, 9th ed., McGraw-Hill 2018.
- Goemann-Singer, Alja; Graschi, Petra u. Weissenberger, Rita: Recherche-Handbuch Wirtschaftsinformation, 2. Aufl. Berlin: Springer 2004.
- Grant, Robert M.; Nippa, Michael: Strategisches Management, 5. Aufl. München: Pearson Studium 2006.
- Meffert, H.; Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, 3. Aufl. Wiesbaden: Gabler 2000.
- Monopolkommission: Hauptgutachten, Baden-Baden: Nomos unterschiedliche Jahre.
- Maglio, Paul P. et al. Handbook of Service Science, Springer 2010.
- Nebbeling, Susanne Wied: Preistheorie und Industrieökonomik, 4. Aufl. Berlin: Springer 2004.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves, Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, New York: John Wiley & Sons 2010.
- Porter, Michael E., Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Advantage, New York: Free Press 2014.
- Shy, Oz (2008) How to Price. A Guide to Pricing Techniques and Yield Management, Cambridge University Press.
- Simon, Hermann, Martin Fassnacht, Price Management, Springer 2018.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)

◆ MB283 – Operatives Marketing- und Vertriebsmanagement

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB275 – Operatives Marketing- und Vertriebsmanagement	Vorlesung	Klausur + ggf. Bonus		90 Min.	5,0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	Alexander Fischer

Lehrinhalte:

Marketingstrategie als Referenz:

- Zusammenspiel und Orchestrierung der Marketing-Instrumente durch die Markenstrategie
- Brand Marketing

Behavioral Branding:

- Vertiefende Kenntnisse der unternehmensinternen Kommunikation und Umsetzung der Markenstrategie durch das Mitarbeiterverhalten
- Relevanz des markenkonformen Mitarbeiterverhaltens für den Vertriebs Erfolg

Kommunikationspolitik:

- Vertiefende Kenntnis kommunikationspolitischer Entscheidungsfelder, Instrumente und Maßnahmen vor dem Hintergrund psychologischer Theorien
- Integrierte Brand Marketing-Kommunikation
- Kreativitätsrelevanz in der Kommunikation
- Digital Media und Retail Media

Vertriebspolitik:

- Vertiefende Kenntnis vertriebspolitischer Entscheidungsfelder, Instrumente und Maßnahmen vor dem Hintergrund psychologischer Theorien
- Vertriebskanäle aus CSR-Perspektive
- Resilienz
- Außendienstmanagement
- Performance Management

Produktpolitik:

- Vertiefende Kenntnis produktpolitischer Entscheidungsfelder, Instrumente und Maßnahmen vor dem Hintergrund psychologischer Theorien
- Produktergonomie
- Unboxing
- Haptik
- Priming
- CSR-Transformation der Produkt- und Verpackungspolitik

Preispolitik:

- Vertiefende Kenntnis preispolitischer Entscheidungsfelder, Instrumente und Maßnahmen vor dem Hintergrund psychologischer Theorien
- Verhaltensorientiertes Pricing
- Ein- und mehrdimensionales Pricing
- Pricing im Handel
- Pricing bei Konsum- und Industriegütern

Qualifikationsziele:

Das Ziel des Moduls besteht darin den Studierenden vertiefende operative Kenntnisse des Marketing-Mix-Instrumentariums zu vermitteln und sie zu befähigen diese in der Praxis anzuwenden. In diesem Zusammenhang werden insbesondere Kompetenzen aufgebaut, die Studierende befähigen die Markenstrategie unternehmensintern gegenüber Mitarbeitern zu vermitteln, um diese erfolgreich an die Marke zu binden sowie auch Kompetenzen des klassischen externen Marketing-Mix aufgebaut. Studierende können vor dem Hintergrund der marktlichen Position und Wettbewerbssituation eines Unternehmens fundierte, kompetente Entscheidungen in den operativen Bereichen der Kommunikations-, Vertriebs-, Preis- und Produktpolitik treffen.

Im Kontext des Kompetenzerwerbs wird großer Wert auf die theoretische Fundierung der operativen Ausgestaltung des Marketing-Mix-Instrumentariums gelegt. Durch die Digitalisierung der Marketing- und Vertriebslandschaft entstehen zahlreiche neue Entwicklungen mit Relevanz für den Marketing-Mix, die in dieser Veranstaltung themen- und situationspezifisch behandelt werden.

Praxisreferenten stellen zusätzlich den Bezug der Inhalte zur unternehmerischen Praxis her.

Verwendbarkeit:

Dieses Modul vertieft die Inhalte der Veranstaltung Grundlagen Marketing und Vertrieb des Bachelors Betriebswirtschaftslehre in operativer Hinsicht. Dieses Modul ist neben dem Bachelor Betriebswirtschaftslehre auch für die Bachelor E-Commerce, Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftsingenieurwesen geeignet.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Empfehlung: Kenntnisse Grundlagen Marketing und Vertrieb.

Literatur:

- ALBERS, Sönke, HERRMANN, Andreas: Handbuch Produktmanagement: Strategieentwicklung - Produktplanung - Organisation – Kontrolle, 3. Auflage, Springer, 2007.
- ARMSTRONG, J. Scott: Persuasive Advertising: Evidence-Based Principles, Palgrave Macmillan, 2010.

- BRUHN, Manfred, ESCH, Franz-Rudolf, LANGNER, Tobias (Hrsg.): Handbuch Instrumente der Kommunikation: Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen, 2. Auflage, Springer, 2016.
- BUTZER, STROTHMANN, Kerstin: Integriertes Online- und Offline-Channel-Marketing: Praxisbeispiele und Handlungsempfehlungen für das Omni-Channel-Marketing, Springer, 2022.
- DILLER, Hermann; BEINERT, Markus, IVENS, Björn; MÜLLER; Steffen: Pricing: Prinzipien und Prozesse der betrieblichen Preispolitik, 5. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer, 2020.
- ESCH, Franz-Rudolf: Wirkung integrierter Kommunikation: Ein verhaltenswissenschaftlicher Ansatz für die Werbung, 5. Auflage, Springer, 2010.
- ESCH, Franz-Rudolf: Strategie und Technik der Markenführung, 8. Aufl., München: Vahlen, 2014.
- ESCH, Franz-Rudolf; KNÖRLE, Christian; STRÖDTER, Kristina: Internal Branding: Wie Sie mit Mitarbeitern Ihre Marke stark machen, München: Vahlen, 2014.
- FROHMANN, Frank: Digitales Pricing: Strategische Preisbildung mit dem 3-Level-Ansatz – vom digitalen Geschäftsmodell bis zur Optimierung des Pricing-Prozesses, 2. Auflage, Springer, 2022.
- KAMPS, Ingo, SCHETTER, Daniel: Performance Marketing: Der Wegweiser zu einem mess- und steuerbaren Online-Marketing – Einführung in Instrumente, Methoden und Technik, 2. Auflage, Springer, 2020.
- KREUTZER, Ralf T.: Online Marketing, Springer, 2022.
- KREUTZER, Ralf T.: Toolbox Digital Business: Leadership, Business Models, Technologies and Change, Springer, 2022.
- KROEBER-RIEL, Werner; ESCH, Franz-Rudolf: Strategie und Technik der Werbung: Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse, 8. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer, 2015.
- KROEBER-RIEL, Werner, GRÖPPEL-KLEIN, Andrea: Konsumentenverhalten, 11. Aufl., München, Vahlen, 2019.
- NAGLE, Thomas T., MÜLLER, Georg: The Strategy and Tactics of Pricing, 6th Ed., Pearson, 2017.
- SIMON, Hermann, FASSNACHT, Martin: Preismanagement: Strategie - Analyse - Entscheidung - Umsetzung, 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 2016.
- SHARP, Byron: Marketing: Theory, Evidence, Practice, Oxford, 2018.
- SPREER, Philipp (2021): PsyConversion: 117 Behavior Patterns für eine noch bessere User Experience und höhere Conversion-Rate im E-Commerce, 2. Auflage, Springer.
- STUMMEYER, Christian, KÖBER, Benno: Amazon für Entscheider Strategieentwicklung, Implementierung und Fallstudien für Hersteller und Händler, Springer, 2020.
- TOMCZAK, Thorsten, ESCH, Franz-Rudolf, KERNSTOCK, Joachim, HERRMANN, Andreas: Behavioral Branding: Wie Mitarbeiterverhalten die Marke stärkt, 3. Auflage, Springer, 2011.
- YABLONSKI, Jon: Laws of UX: 10 praktische Grundprinzipien für intuitives, menschenzentriertes UX-Design, O'Reilly.
- Sowie aktuelle wissenschaftliche Aufsätze.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)

◆ MB284 – Servicemanagement: Qualität, Leadership und Organisation

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	Umfang	Dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB276 – Servicemanagement: Qualität, Leadership und Organisation	Vorlesung	Klausur + ggf. Bonus		90 Min.	5,0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	Thorsten Giersch

Lehrinhalte:

Aufgrund der für Dienstleistungen typischen Einbeziehung des Kunden (externer Faktor) hat das Management von Qualität für Dienstleistungsanbieter einerseits eine herausragende Bedeutung, ist aber andererseits mit besonderen Problemen konfrontiert. Um Dienstleistungsqualität steuern zu können, muss diese überhaupt messbar sein. Der Messung von Qualität ist der erste Hauptteil gewidmet. Hieran knüpfen dann Fragen des Managements von Qualität im Rahmen eines umfassenden Qualitätsmanagementsystems an. Hier werden u.a. auch Fragen der Zertifizierung als spezielle Maßnahme der Qualitätssteuerung behandelt.

Zentral für ein erfolgreiches Servicemanagement sind zugehörige Formen des Leaderships und der Organisation von Servicequalität im Zusammenspiel von Kunden, Mitarbeitern und dem zugehörigen Serviceökosystem.

1. Einführung
2. Modelle der Dienstleistungsqualität
3. Verfahren der Qualitätsmessung
4. Grundlagen des Qualitätsmanagements
5. Instrumente des Qualitätsmanagements
6. Digitale Services: Automatisierung und Personalisierung
7. Leadership und Servicemanagement
8. Serviceorganisation und Servicecontrolling
9. Spezielle Verfahren der Qualitätssteuerung
10. Ergänzungen und Fazit

Qualifikationsziele:

Die Definition, Messung und Steuerung von Dienstleistungsqualität wird in der Literatur häufig als die spezifische theoretische und praktische Herausforderung des Servicemanagements angesehen. Ausgehend vom Begriff der Qualität und der Rolle von Qualität im Rahmen der Service-Profit-Chain ist es das Ziel des Moduls, die grundlegende strategische und operative Bedeutung von Servicequalität aufzuzeigen. Merkmale von Servicequalität sollen erkannt werden, Maßnahmen der Messung können vergleichend beurteilt werden und Konzepte des Managements von Dienstleistungen mit den vorgestellten Instrumenten verbunden werden. Ein erfolgreiches Qualitäts- und Servicemanagement ist eng mit Fragen der Unternehmensführung und Organisation verbunden. Entsprechend sind diese Fragen der operativen Umsetzung und organisatorischen Gestaltung der Serviceproduktion (delivery) einzubeziehen. Hervorzuheben sind hierbei Themen der Digitalisierung und damit verbundene Fragen der Automatisierung und Personalisierung innovativer Services.

Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls können Sie

- unterschiedliche Begriffe und Modelle der Qualität und Kundenzufriedenheit nennen, einordnen und hinsichtlich Ihrer Eignung für das Dienstleistungsmanagement beurteilen.
- die psychologischen Grundlagen und Messprobleme von Kundenzufriedenheit erläutern.
- die strategische Bedeutung von Dienstleistungsqualität mit Hilfe der ServiceProfit-Chain darlegen.
- Messverfahren der Qualität umfassend darlegen und einordnen.
- merkmalsorientierte Messungen mit Hilfe von Befragungen durchführen und auswerten
- die Einordnung von Instrumenten der Messung und Steuerung von Dienstleistungsqualität in ein Qualitätsmanagementsystem erläutern.
- die Funktion von Garantien, Rankings und Zertifizierungen im Kontext von Dienstleistungen diskutieren.
- Die Rolle und Einflussfaktoren von Leadership für die Servicequalität aufzeigen
- An Beispielen und Fallstudien unterschiedliche Formen der Organisation von Qualität vergleichen und diskutieren.
- Herausforderungen der Digitalisierung für die Automatisierung und Personalisierung des Servicemanagements aufzeigen

Verwendbarkeit:

Das Modul baut auf Kenntnissen aus den betriebswirtschaftlichen Einführungsveranstaltungen wie zum Beispiel "Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre" und dem Einführungsmodul zum Thema Servicemanagement und Marketing auf.

Relevante Fragestellungen für die Thesis können entwickelt werden.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Das Modul baut auf Kenntnissen aus den betriebswirtschaftlichen Einführungsveranstaltungen auf und ist Teil der Vertiefung Service Management.

Die Themen des Moduls bieten viele interessante Anknüpfungspunkte für vertiefende Betrachtungen zu theoretischen und praktischen Aspekten des Servicemanagements. Dies kann z.B. für eine freiwillige Präsentation einer realen Anwendungssituation im Rahmen einer Bonus-Aufgabe genutzt werden.

Literatur:

- Bruhn, Manfred, Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement. Grundlagen - Konzepte Methoden, 9. Aufl. Berlin: Springer 2013.
- Bruhn, M., Hadwich, K. (eds) Automatisierung und Personalisierung von Dienstleistungen. Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden: Springer Gabler 2020.
- Bruhn, Manfred; Meffert, Heribert. (Hrsg.), Exzellenz im

Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Gabler 2002.

- Bruhn, Manfred; Stauss, Bernd. (Hrsg.), Dienstleistungsqualität, 3. Aufl. Wiesbaden: Gabler 2000.
- Fließ, S.: Prozessorganisation in Dienstleistungsunternehmen, Stuttgart: Kohlhammer 2006.
- Garvin, David A., Managing Quality, New York, Free Press 1988
- Heskett, L. James u.a., The Service Profit Chain, New York: Free Press 1997.
- Homburg, Christian (Hrsg.), Kundenzufriedenheit, 5. Aufl. Wiesbaden: Gabler 2004.
- Kaiser, Marc-Oliver, Erfolgsfaktor Kundenzufriedenheit, Dimensionen und Messmöglichkeiten, 2. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2005.
- Kollmann, Tobias. Digital Leadership: Grundlagen der Führung in der Digitalen Wirtschaft, 2. Aufl., Wiesbaden; Springer Gabler 2022.
- Lush, Robert F.; Vargo, Stephen, Service-Dominant Logic, New York: Cambridge University Press 2014.
- Lush, Robert F.; Vargo, Stephen (Ed.): The Service-Dominant Logic of Marketing. Dialog, Debate and Directions, Armonk: M.E. Sharpe 2006.
- Ming-Hui Huang¹ and Roland T. Rust, Artificial Intelligence in Service, Journal of Service Research 2018, Vol. 21(2) p.155-172.
- Reichheld, Frederik F., The Loyalty Effect, Boston: HBS Press 1996.
- Zeithaml, Valerie A.; Bitner, Mary Jo; Gremler, Dwayne: Services Marketing, 5th edition, New York: Mc Graw Hill 2008

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)

◆ MB285 – Qualitative und Quantitative Analysemethoden

Verantwortliche:	Franziska Bönke
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB280 – Qualitative Analyseverfahren, Quantitative Analyseverfahren und psychologische...	Vorlesung mit integrierter Übung	Klausur + ggf. Bonus		120 Min.	5,0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	Franziska Bönke Alexander Fischer

Lehrinhalte:

Um Daten analysieren zu können, ist es zuerst zwingend erforderlich, die benötigten Informationen zu erheben. Hier gibt es sowohl im qualitativen als auch im quantitativen Bereich zahlreiche Methoden, die i.d.R. nicht händisch angewendet und deren Ergebnisse beurteilt werden, sondern inzwischen mit einer Reihe unterschiedlichster Softwares analysiert werden. Die Kenntnis und der Umgang mit den wesentlichen Programmen ist ebenfalls Teil des Moduls.

Nach der Datenerhebung folgt die Datenaufbereitung, so dass am Ende ein analysierbarer Datensatz vorhanden ist.

Der letzte Schritt der Datenanalyse besteht in der Auswertung. Dieser umfasst die über die deskriptive und induktive Statistik hinausgehenden statistischen Methoden, die sich nicht nur auf die deskriptive Statistik beschränken, sondern auch insbesondere für wirtschaftspsychologischen Fragestellungen anbieten. Hierzu gehört auch der Umgang mit großen Datenmengen.

Qualifikationsziele:

Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul können die Studierenden eine wissenschaftliche Fragestellung korrekt formulieren. Darauf aufbauend kann eine passende empirische Untersuchung entwickelt werden. Hierzu gehört neben der Primärdatenerhebung über die Entwicklung z.B. eines geeigneten Fragebogens auch die Datenerhebung aus Sekundärdaten.

Die Studierenden können die erhobenen Daten mit geeigneten qualitativen und quantitativen multivariaten Methoden untersuchen und passende statistische Hypothesen bilden und theoretisch fundiert diese mit Hilfe statistischer Software bzw. mathematischer Programmiersprachen überprüfen.

Sie sind in der Lage, unter Beachtung der gängigen Gütekriterien wie Objektivität, Reliabilität, Validität und Praktikabilität, eine Testsituation zu kreieren und durchzuführen. Neben den bereits in der induktiven Statistik eingeführten statistischen werden die Studierenden in diesem Modul zusätzlich die Besonderheiten der Psychologischen Testtheorie kennen und anwenden.

Verwendbarkeit:

Das Modul setzt die Reihe der statistischen Ausbildung fort. Nach deskriptiver und induktiver Statistik werden an dieser Stelle einerseits bereits grundlegend bekannte Verfahren wie die Regressionsanalyse um weitere Aspekte erweitert. Andererseits werden klassische multivariate Verfahren wie z.B. Cluster- oder Varianzanalysen behandelt.

Außerdem werden Methoden der qualitativen Analyse in diesem Modul behandelt, deren Kenntnis vielfach später in empirischen Studien erforderlich ist.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Keine

Literatur:

- Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Gensler, Sonja; Weiber, Rolf; Weiber, Thomas: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung; 16. Auflage; Springer-Gabler; 2021
- Bühner, Markus: Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, 4. Auflage, Pearson-Verlag, 2021
- Bühner, Markus; Ziegler, Matthias: Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler, 2. Auflage, Pearson-Verlag; 2017
- Döring, Nicola; Bortz, Jürgen; Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 5. Auflage; Springer-Verlag; 2015
- Howitt, Dennis; Cramer, Duncan: Research Methods in Psychology, Pearson-Verlag; 2020
- Howitt, Dennis: Introduction to Qualitative Research Methods in Psychology, Pearson-Verlag; 2019
- Jacob, Rüdiger, Heinz, Andreas, Dcieux, Jean Philippe: Umfrage: Einführung in die Methoden der Umfrageforschung, 3. Auflage. München: Oldenbourg Verlag, 2013
- Schäfer, Thomas: Methodenlehre und Statistik - Einführung in Datenerhebung, deskriptive Statistik und Inferenzstatistik, Springer-Verlag; 2016
- Sendlmeier, Peter, Renkewitz, Frank: Forschungsmethoden und Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler, 3. Auflage; Pearson-Verlag; 2018
- Steyer, Rolf; Eid, Michael: Messen und Testen, Springer-Verlag; 1993

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (4. Semester)

◆ MB287 – Sozialpsychologie

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB278 – Sozialpsychologie	<i>Lernform nicht angegeben.</i>	Klausur + ggf. Bonus	<i>Prüfungsumfang nicht angegeben.</i>	<i>Prüfungsdauer nicht angegeben.</i>	5.0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	<i>Alexander Fischer</i>

Lehrinhalte:

Lehrinhalte nicht angegeben.

Qualifikationsziele:

Qualifikationsziele nicht angegeben.

Verwendbarkeit:

Verwendbarkeit nicht angegeben.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Keine

Literatur:

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (4. Semester)

◆ MB200 – E-Commerce Grundlagen

Verantwortliche:	Atilla Wohllebe
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benötigung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB105 – E-Commerce Grundlagen	Vorlesung	Klausur + ggf. Bonus		60 Min.	5,0	Dritteinoten	jährlich	150 Stunden	Atilla Wohllebe

Lehrinhalte:

Grundlagen:

- Definitionen und Begriffe
- Online-Shopping-Kaufprozess
- E-Commerce-Marktentwicklung

System-Komponenten von E-Commerce-Plattformen:

- Shopsysteme / Shop-Kernfunktionalitäten
- Produktkataloge / Datenmanagement
- Empfehlungssysteme / Personalisierung
- Zahlungssysteme / Zahlungsarten
- Weitere Komponenten / Schnittstellen

Übergreifende Aspekte zu E-Commerce-Plattformen:

- Sicherheitsaspekte Betrieb der E-Commerce-Plattform
- Weiterentwicklung der E-Commerce-Plattform

Qualifikationsziele:

Die Studierenden...

- verstehen grundlegende Mechanismen und Prinzipien des E-Commerce.
- verfügen über die notwendigen Kenntnisse, die Konzeption eines Online-Shops zu begleiten.
- kennen typische Funktionalitäten von E-Commerce Systemen.
- sind in der Lage, Anforderungen an E-Commerce Systeme zu definieren und passende Systeme auszuwählen.

Verwendbarkeit:

Die vermittelten Kenntnisse sind Grundlage für Veranstaltungen wie "Digital Marketing", "User Experience", "Mobile Commerce & App Economy" und "Multi-Channel Retailing".

Die erworbenen Kompetenzen können im "Projekt E-Commerce" sowie im Rahmen "Online Plattform (Konzeption & Aufbau)" angewendet werden.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie ein Verständnis für geschäftliche Transaktionen und Kundenbeziehungen sind hilfreich.

Literatur:

- Deges, F. (2020). Grundlagen des E-Commerce. Springer Gabler
- Graf, A., Schneider, H. (2019). Das E-Commerce Buch. Deutscher Fachverlag.
- Heinemann, G. (2022). Der neue Online-Handel. Springer Gabler.
- Kollmann, T. (2022). Digital Business. Springer Gabler.
- Srinivasan R. (2023). Plattform-Geschäftsmodelle. Springer Gabler

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 3. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (1. Semester)

◆ MB244 – Exploratory Data Analysis

Verantwortliche:	Hendrik Annuth
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB079 – Data Visualization, Feature Engineering	Vorlesung	Klausur	9 Seiten	60 Min.	3,0	Drittelnoten	Wintersemester	90 Stunden	Hendrik Annuth
TB090 – Übg. Exploratory Data Analysis	Übung	Abnahme	20 Aufgaben	30 Min.	2,0	Bestanden/nicht Bestanden	jährlich	60 Stunden	Marco Pawlowski

Lehrinhalte:

- Machine-Learning-Verfahren Naive Bayes und Random Forest
- Data Transformation
- Data Augmentation
- Feature Embedding
- Feature Analysis: Feature Importance, Partial Dependencies; Data Leakage
- Unstructured Data
- Zeitreihen

- Erweiterte Einführung in R und Python
- Wichtigste Pakete zur Datenverarbeitung in R und Python
- Verwendung der gängigsten Visualisierungsverfahren in R und Python
- Erstellung von Diagrammen, Graphen und Histogrammen
- Zusammenstellung von Informationsgrafiken zur gleichzeitigen Darstellung
 - Das Pyramidenprinzip
 - Auswahlkriterien für Balken-, Torten- und Streudiagramme, Histogramme, Graphen
 - Metriken und Dashboards
 - Einführung in die Datenreinigung, -aufbereitung und -erweiterung
 - Einführung in die Topologie
 - Automatisierte Visualisierungsanwendungen
 - Clustering Methoden k-Means, Self-organizing Maps, Hierarchical Clustering
 - Dimensionalitätsreduktionsverfahren: PCA, T-SNE, UMAP

Qualifikationsziele:

- Ein gutes Verständnis, wie beliebige Daten in einen Vektor umgewandelt bzw. als solches aufgefasst werden können, um verschiedene Datenarten für den Einsatz von Machine-Learning-Verfahren nutzbar zu machen
- Sicheres Beherrschen von Verfahren zur Datenreinigung, Data Augmentation und Datentransformation, um bewusst Problemen im Lernprozess vorzubeugen
- Kenntnis von Normalisierungstechniken, um die Ergebnisse von Machine-Learning-Verfahren zu verbessern
- Ein solides Verständnis für die Funktionsweise aktueller Softwarelösungen und Pakete für die Visualisierung und Aufbereitung von Daten
- Ein Verständnis und Lösungsansätze beim Umgang mit Daten, die Zeitreihen enthalten
- Einsatz von Visualisierungstechniken, um aus Datensätzen verbesserten inhaltlichen Nutzen ziehen zu können
- Bewusstsein für die gezielte Auswahl von Graphen, Diagrammen und Tabellen zum Zwecke der Hervorhebung von Erkenntnissen aus Datensätzen
- Grundverständnis für die Funktionsweise aktueller Softwarelösungen und Pakete für die Visualisierung und Aufbereitung von Daten
- Erschließung von Datensätzen und deren Besonderheiten durch die Programmiersprachen R und Python
- Die Fähigkeit, Visualisierungstechniken im Kontext der Datensatzanalyse so einzusetzen, dass Datensätze durch den Erkenntnisgewinn sinnvoll aufbereitet und erweitert werden können
- Verständnis zur Visualisierung hochdimensionaler Daten

- Sicherer Umgang mit der Programmierung in R und Python und den dazugehörigen Entwicklungsumgebungen
- Erfahrung mit dem Laden, Verarbeiten und Visualisieren von komplexen Datensätzen
- Fähigkeit zur programmatischen Erstellung von verschiedenen Diagrammen, Graphen und Histogrammen
- Erfahrung mit dem Zusammenstellen verschiedener Informationsgrafiken im Kontext der Aufbereitung einer zielgerichteten Fragestellung

Verwendbarkeit:

Das Modul kann sinnvoll mit Modulen aus der Informatik und aus den Wirtschaftswissenschaften kombiniert werden. Es kann überall dort verwendet werden, wo vorliegende Daten analysiert und das Ergebnis dieser Analyse zu Kommunikationszwecken visualisiert werden müssen. Das Modul ist eine wichtige Vorbereitung auf das Modul "Machine Learning". Ebenfalls wird die Veranstaltung "Prognose und Simulation", das "Praktikum Data Science", das "Projekt Data Science" und die Ergebnispräsentation innerhalb der Bachelorthesis vorbereitet.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Das Modul setzt erweiterte Programmierkenntnisse voraus. Sprachelemente aus Python und R werden vorgestellt und verwendet. Dabei werden Konzepte wie Zeiger, Speicherreservierung und Garbage-Collection als bekannt vorausgesetzt. Mathematisches Grundwissen aus den Veranstaltungen Mathematik 1 und 2, aus den Gebieten Statistik und Linearer Algebra wird in der Veranstaltung vorausgesetzt.

Literatur:

- Feature Engineering and Selection: A Practical Approach for Predictive Models; Chapman and Hall 2019; Max Kuhn and Kjell Johnson;
- Feature Engineering for Machine Learning Models: Principles and Techniques for Data Scientists; O'Reilly 2018; Alice Zheng, Amanda Casari

- The Art of Feature Engineering Essentials for Machine Learning; Cambridge University Press 2020; Pablo Duboue

Siehe auch Veranstaltung Machine Learning

- Visual Display of Quantitative Information; Bertrams 2001; Edward R Tufte
- Say It With Charts: The Executives's Guide to Visual Communication: The Executive's Guide to Visual Communication; McGraw-Hill ; Gene Zelazny
- The Pyramid Principle: Logic in Writing and Thinking: Logical Writing, Thinking and Problem Solving; Financial Times Series 1996; Barbara Minto
- The Elements of Statistical Learning; Springer 2009; Trevor Hastie, Robert Tibshirani, Jerome Friedman
- Datenvisualisierung: Vom Diagramm zur Virtual Reality; UTB 2018; Peter Fischer-Stabel
- Storytelling mit Daten: Die Grundlagen der effektiven Kommunikation und Visualisierung mit Daten; Vahlen 2017; Cole Nussbaumer Knaflic, Mike Kauschke
- The Truthful Art: Data, Charts, and Maps for Communication (Voices That Matter); New Riders 2016; Alberto Cairo
- Infografik: Komplexe Daten professionell visualisieren; Rheinwerk Design 2018; Raimar Heber
- Data Visualization: A Practical Introduction; Princeton University Press 2019; Kieran Healy
- Datenvisualisierung mit Tableau; mitp 2018; Alexander Loth
- Learning Python; O'Reilly and Associates 2013; Mark Lutz
- Basic Elements of Computational Statistics; Springer 2017; Wolfgang Karl Härdle, Ostap Okhrin, Yarema Okhrin
- Data Science mit Python: Das Handbuch für den Einsatz von IPython, Jupyter, NumPy, Pandas, Matplotlib und Scikit-Learn; mitp 2017; Jake VanderPlas

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- Informatik Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)
- Medieninformatik Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)

◆ MB257 – Auslandssemester

Verantwortliche:	Samantha Lauenstein
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB039 – Auslandssemester	Ausland	Ausland			30.0	Drittelnoten	jedes Semester	900 Stunden	Samantha Lauenstein

Lehrinhalte:

Für ein freiwilliges Auslandssemester ist der Umfang der zu leistenden ECTS-Punkte (bzw. der gleichwertige Umfang in lokalen Credits) in der jeweiligen Studienordnung vorgegeben. An der ausländischen Hochschule sind fachspezifische Kurse zu belegen, die mit dem in Wedel belegten Studiengang in ergänzendem Zusammenhang stehen. Das Studienprogramm wird vor der Abreise individuell mit dem International Office vereinbart.

Qualifikationsziele:

Nach Abschluss des Auslandssemester besitzen die Studierenden ...

- fundierte Sprachkompetenzen in englischer, französischer oder spanischer Sprache.
- erweiterte Kenntnisse über die Kultur des Gastlandes.

Verwendbarkeit:

Studierende sammeln sprachliche Erfahrungen und erweitern ihre sozialen Kompetenzen, die sie in ihr Berufsleben nach Studiumsabschluss einbringen können.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Es wird empfohlen, mindestens eine der Sprachen zu beherrschen, die an der ausländischen Hochschule gesprochen wird.

Literatur:

Abhängig von der ausländischen Hochschule

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)
- Computer Games Technology Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Informatik Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Medieninformatik Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Smart Technology Bachelor of Science Version 24.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Technische Informatik Bachelor of Science Version 24.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)

◆ MB292 – Usability and Mobile

Verantwortliche:	Atilla Wohllebe
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB283 – Mobile Commerce and App Economy, User Experience	Vorlesung	Klausur + ggf. Bonus		60 Min.	5.0	Drittelnoten	Wintersemester	150 Stunden	Florian Hermsdorf Paul Bartusch Kristina Zöllner Olde Lorenzen-Schmidt

Lehrinhalte:

- User Experience:
 - Entstehung und Geschichte der Usability / User Experience
 - Grundlagen Wahrnehmung und Informationsverarbeitung, Kognitive Prozesse und Aufmerksamkeitssteuerung
 - Gestaltgesetze
 - Heuristiken und Standards nach Nielsen und DIN ISO
 - UX-Implicationen aus den Erkenntnissen der Behavioral Sciences
 - Usability und Bedürfnisse der User im E-Commerce
 - Usability Testing und Methoden im Produktentwicklungsprozess
- Mobile Commerce & App Economy:
 - Einleitung: Abgrenzung und Relevanz Mobile Commerce und App Economy
 - Technische Grundlagen mobile Endgeräte:
 - Mobiles Internet
 - Sensorik
 - Anwendungstechnologien
 - Betriebssysteme
 - Kunden- und Businessseitige Betrachtung und Einordnung:
 - Nutzungsszenarien & Multi-Screen
 - Geschäftsmodelle im Mobile Commerce
 - Monetarisierung von Apps
 - Rolle des Smartphone in der Commerce-Wertschöpfung
 - App- und Mobile Marketing:
 - Vermarktung von Apps
 - Mobile Marketing Kanäle
 - Mechanismen zur Nutzeraktivierung und -bindung
 - App CRM mit In-App Messages und Push Notifications
 - Location-Based Marketing über GPS und Beacons
 - Rechtliche Einordnung
 - Marketing und Vertrieb über Smart Devices und Wearables

Qualifikationsziele:

Die Studierenden...

- verfügen über Kenntnis der physiologischen und der daraus resultierenden wahrnehmungspsychologischen Merkmale in Hinblick auf menschliche Informationsverarbeitung.
- verfügen über die Kenntnis der gängigen Definitionen von Usability, User Experience, Richtlinien und Normen (insbesondere auch bei mobilen Anwendungen / Apps) sowie über ausgewählte Erkenntnisse der Verhaltensforschung im Kontext des E-Commerce sowie die Kenntnis qualitativer und quantitativer Methoden zur Überprüfung der Usability und User Experience.
- besitzen die Fähigkeit ein Interaktionsdesign zu einer Aufgabenstellung nutzerzentriert zu entwickeln, insbesondere mit Fokus auf mobile Anwendungen im Kontext des E-Commerce.
- besitzen Kenntnisse über Smartphone-spezifische Dienste wie Location-Based Services und deren Möglichkeit zur kommerziellen Nutzung sowie diesbezügliches Wissen über rechtliche und datenschutztechnische Herausforderungen.

Verwendbarkeit:

Die vermittelten Fähigkeiten können bei der Konzeption und Realisierung digitaler Plattformen, insbesondere Online-Shops, angewendet werden. Insbesondere können die erworbenen Kenntnisse in Advanced Digital Marketing, Online-Plattform (Konzeption & Aufbau) und im Projekt E-Commerce eingesetzt werden.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Notwendig sind grundlegende Kenntnisse des E-Commerce und digitaler Kundeninteraktionen. Hilfreich sind grundlegende Kenntnisse im Bereich Web-Technologien bzw. Web-Entwicklung.

Literatur:

- Aichele, C. Schönberger, M. (2016). App-Entwicklung - effizient und erfolgreich. Springer Vieweg.
- Dakic, M. (2023). Mobile App Development for Businesses.
- Gast, O. (2018). User Experience im E-Commerce. Springer Gabler.
- Heinemann, G. (2018). Die Neuausrichtung des App- und Smartphone-Shopping. Springer Gabler.
- Panafino, J., McNeil, P. (2017). UX Methods: A Quick Guide to User Experience Research Methods. CDUXP
- Weichert, S., Quint, G. Bartel, T. (2021). Quick Guide UX Management. Springer Gabler.
- Wohllebe, A. (2024). Praxisguide App-Marketing. Springer Gabler.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (3. Semester)
- Medieninformatik Bachelor of Science Version 25.0 (3. Semester)
- Smart Technology Bachelor of Science Version 24.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)

◆ MB321 – Wissenschaftliche Assistenz

Verantwortliche:	Franziska Bönte
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	None

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB313 – Wissenschaftliche Assistenz	<i>Lernform nicht angegeben.</i>	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)	<i>Prüfungsumfang nicht angegeben.</i>	<i>Prüfungsdauer nicht angegeben.</i>	5.0	Bestanden/nicht Bestanden	None <i>Turnus nicht gepflegt.</i>	150 Stunden	Alexander Fischer Franziska Bönte

Lehrinhalte:

None *Lehrinhalte nicht angegeben.*

Qualifikationsziele:

None *Qualifikationsziele nicht angegeben.*

Verwendbarkeit:

None *Verwendbarkeit nicht angegeben.*

Voraussetzungen und Empfehlungen:

None *Voraussetzungen und Empfehlungen nicht angegeben.*

Literatur:

None

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)

◆ MB322 – Wissenschaftliche Ausarbeitung / Fallstudie

Verantwortliche:	Franziska Bönte
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	None

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB314 – Wissenschaftliche Ausarbeitung / Fallstudie	<i>Lernform nicht angegeben.</i>	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)	<i>Prüfungsumfang nicht angegeben.</i>	<i>Prüfungsdauer nicht angegeben.</i>	10.0	Drittelnoten	None Turnus nicht gepflegt.	300 Stunden	Alexander Fischer Franziska Bönte

Lehrinhalte:

None *Lehrinhalte nicht angegeben.*

Qualifikationsziele:

None *Qualifikationsziele nicht angegeben.*

Verwendbarkeit:

None *Verwendbarkeit nicht angegeben.*

Voraussetzungen und Empfehlungen:

None *Voraussetzungen und Empfehlungen nicht angegeben.*

Literatur:

None

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 5. Semester)

◆ MB226 – Workshop Prognose und Simulation

Verantwortliche:	Franziska Bönnte
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB117 – Workshop Prognose und Simulation	Workshop	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)		20 Min.	5,0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	Franziska Bönnte

Lehrinhalte:

- Grundlagen der Prognose: Validitätsmaße, Unsicherheitsmaße, Überprüfbarkeit
- Qualitative Prognose: Delphi-Methode, Szenario-Technik, Relevanzbaumanalyse,
- Quantitative Analyse: Gleitende Durchschnitte, Trendprognose, Exponentielle Glättung, Regressionsrechnung, Portfolio-Analyse, Lebenszyklus-Analyse
- Top-Down- und Bottom-Up-Prognosetechniken
- Prognosefehler und dazugehörige Fehlermaße
- Monte-Carlo-Simulation und Numerische Simulation
- Finite Elemente Methode
- Fallstudien im Bereich der Risiko- und Trendprognose
- Anwendung von Analyse Techniken: Relevanzbaumanalyse, Trendprognose, Portfolio-Analyse, Lebenszyklus-Analyse
- Eigenständige Durchführung einer Risiko- oder Trendprognose anhand eines Fallbeispiels
- Durchführung von Monte-Carlo-Simulation
- Anwendung der Finiten Elemente Methode zur Simulation von Krafterwirkungen

Qualifikationsziele:

- Ein umfassender Überblick über gängige Techniken und Methoden zur Prognose und Simulation und die Fähigkeit Verfahren in diesem Bereich thematisch zuordnen zu können
- Die Fähigkeit zum Transfer der erlernten Techniken und Methoden auf konkrete Problemstellungen
- Erfahrung sowohl mit qualitativen, als auch quantitativen Prognoseverfahren, und die Fähigkeit für ein gegebenes Problem ein Verfahren auszuwählen
- Ein detailliertes Verständnis in Bezug auf die Entstehung, die Auffindung und die Vermeidung von Prognosefehlern
- Ein detailliertes mathematisches Verständnis und die Fähigkeit zur Anwendung verschiedener numerischer Simulation Techniken und Methoden
- Sicherer Umgang mit Techniken und Methoden der Prognose und der Simulation in den Programmiersprachen R und Python
- Erfahrung mit der Auswahl und Anpassung von Verfahren zur Anwendung auf konkrete Prognoseanforderungen
- Erfahrung mit der Anwendung und Konfiguration von Simulationstechniken

Verwendbarkeit:

Das Modul ist kombinierbar mit Modulen aus der Mathematik, den Naturwissenschaften und der Wirtschaft. Das Modul ist dort sinnvoll verwendbar, wo auf Basis von Daten und Modellen Prognosen und alternative Szenarien auf einer zugrundeliegenden Simulation untersucht werden sollen. Dies kann sowohl im Kontext wirtschaftswissenschaftlicher Fragestellungen, als auch für technisch-naturwissenschaftliche Abläufe geschehen. Das Modul stellt die letzte Vertiefung für den Themenkomplex Statistik im Studium dar und bereitet auf die Masterveranstaltung Ökonometrie vor.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

keine

Literatur:

- Forecasting: principles and practice; OTexts 2018; Rob J Hyndman, George Athanasopoulos
- Time Series Analysis and Its Applications: With R Examples; Springer 2017; Robert H. Shumway, David S. Stoffer
- Practical Time Series Analysis: Prediction with Statistics and Machine Learning; O'Reilly UK Ltd. 2019; Aileen Nielsen
- Practical Time Series Forecasting with R: A Hands-On Guide; Axelrod Schnell Publishers 2016; Galit Shmueli, Kenneth C. Lichtendahl Jr
- The Signal and the Noise: The Art and Science of Prediction; Penguin 2013; Nate Silver
- Principles of Statistical Inference; Cambridge University Press 2006; D. R. Cox
- Neuronale Netze in der wirtschaftswissenschaftlichen Prognose und Modellgenerierung; Springer 2004; Carsten Lange
- Nichtlineare Finite-Elemente-Analyse von Festkörpern und Strukturen; Wiley-VCH 2014; René de Borst, Mike A. Crisfield, Joris J. C. Remmers, Clemens V. Verhooseel
- The Finite Element Method: Linear Static and Dynamic Finite Element Analysis; Dover Publications Inc. 2000; Thomas J. R. Hughes

siehe Veranstaltung

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (6. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 4. Semester)

◆ MB286 – Arbeits- und Organisationspsychologie

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB277 – Arbeits- und Organisationspsychologie	<i>Lernform nicht angegeben.</i>	Klausur + ggf. Bonus	<i>Prüfungsumfang nicht angegeben.</i>	<i>Prüfungsdauer nicht angegeben.</i>	5.0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	Harriet Kleiminger

Lehrinhalte:

Lehrinhalte nicht angegeben.

Qualifikationsziele:

Qualifikationsziele nicht angegeben.

Verwendbarkeit:

Verwendbarkeit nicht angegeben.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Keine

Literatur:

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (6. Semester)

◆ MB288 – Seminar Marketing- und Vertriebsmanagement

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB040 – Seminar	Seminar	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)	25 Seiten	30 Min.	5,0	Drittelnoten	jedes Semester	150 Stunden	Alexander Fischer

Lehrinhalte:

Themen variieren von Semester zu Semester. Fachvorträge mit anschließender Gruppendiskussion.

Qualifikationsziele:

Ziel des Seminars ist es, den Studierenden die wissenschaftliche Erarbeitung aktueller Entwicklungen und praxisrelevanter Fragestellungen im Bereich Marketing & Vertrieb insbesondere auch vor einem psychologischen Hintergrund zu vermitteln.

Durch die grundlegende empirische Ausrichtung der Seminare erwerben die Studierenden zudem Kompetenzen in der Konzeption und Durchführung von Studien sowie der Auswertung, Interpretation und Diskussion empirischer Daten und Ergebnisse.

Durch die Abschlusspräsentation soll zusätzlich die Vortragskonzeption und Vortragstechnik verbessert werden. Schließlich sollen sich die Studierenden in der Abschlusspräsentation kritisch mit den Themen der anderen Seminarteilnehmer auseinandersetzen und die analytischen Fähigkeiten trainieren.

Verwendbarkeit:

Das Seminar steht insbesondere im Zusammenhang mit den beiden Vertiefungsmodulen strategisches und operatives Marketing- und Vertriebsmanagement. Dieses Modul ist neben dem Bachelor Betriebswirtschaftslehre auch für die Bachelor E-Commerce, Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftsingenieurwesen geeignet.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Kenntnisse zum operativen und strategischen Marketing- und Vertriebsmanagement.

Literatur:

Recherche nach aufgabenbezogener Literatur, teilweise aufgabenspezifische Vorgabe einzelner Literaturquellen.

Empfehlungen zur Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)

◆ MB289 – Seminar Servicemanagement

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB040 – Seminar	Seminar	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)	25 Seiten	30 Min.	5.0	Drittelnoten	jedes Semester	150 Stunden	Thorsten Giersch

Lehrinhalte:

Seminararbeiten dienen insbesondere dem Erlernen von Fertigkeiten zum Erstellen der Bachelor-Thesis. Wesentlich ist die eigenständige Erarbeitung und Darlegung der Inhalte zu einem vorgegebenen Thema unter Einhaltung der Formalia.

Die Ausarbeitung soll das Interesse an einer eigenständigen Befassung mit Inhalten aus dem Themengebiet Servicemanagement und den Einstieg in die zugehörige wissenschaftliche Fachliteratur und Methodik fördern und anregen.

Schließlich ist die obligatorische Präsentation der Ergebnisse ebenfalls Aufgabe innerhalb des Seminars.

Qualifikationsziele:

Nach der erfolgreichen Teilnahme können Sie eigenständig Themen wissenschaftlich recherchieren, strukturieren, schriftlich korrekt und ansprechend aufbereiten und geeignet präsentieren und diskutieren.

In diesem Rahmen können Sie zu einem gegebenem Thema eine Zielsetzung eigenständig erarbeiten und umsetzen und dabei Bezüge zur aktuellen Relevanz für die Wirtschaftspraxis darlegen.

Verwendbarkeit:

Das Modul greift insbesondere die Kenntnisse und erworbenen Kompetenzen aus dem Modul Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten auf und dient als Vorbereitung für die Abfassung der Thesis im Bereich Servicemanagement.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Die Studierenden sollten daran interessiert sein und Spaß daran haben, die Regeln und Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens in ihrem Studienfach anzuwenden.

Literatur:

- Axel Bänsch, Dorothea Alewell, Wissenschaftliches Arbeiten , 11. Aufl., München [u.a.]: Oldenbourg 2013.
- Werner Heister, Dagmar Weßler-Poßberg, Studieren mit Erfolg: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler, 2., überarbeitete Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2011.
- Jens Hiller, Arbeitstechniken und wissenschaftliches Arbeiten, Herne: Kiehl 2017.
- Walter Krämer, Wie schreibe ich eine Seminar- oder Examensarbeit. 3., überarbeitete und aktualisierte Aufl., Frankfurt: Campus 2009.
- Lydia Prexl, Mit digitalen Quellen arbeiten. Richtig zitieren aus Datenbanken, E-Books, YouTube & Co., 2., aktualisierte und erweiterte Aufl., Paderborn: Ferdinand Schöningh (UTB) 2016.
- Manuel René Theisen, Wissenschaftliches Arbeiten : Technik - Methodik – Form, 15. Aufl., München: Vahlen 2011.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)

◆ MB290 – Wirtschaftspsychologisches Projekt

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	Umfang	Dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB279 – Wirtschaftspsychologisches Projekt	<i>Lernform nicht angegeben.</i>	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)	<i>Prüfungsumfang nicht angegeben.</i>	<i>Prüfungsdauer nicht angegeben.</i>	10.0	Drittelnoten	Sommersemester	300 Stunden	Alexander Fischer

Lehrinhalte:

Lehrinhalte nicht angegeben.

Qualifikationsziele:

Qualifikationsziele nicht angegeben.

Verwendbarkeit:

Verwendbarkeit nicht angegeben.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Keine

Literatur:

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (6. Semester)

◆ MB302 – Data Analytics und BI-Anwendungen

Verantwortliche:	Franziska Bönke
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB293 – Data Analytics und BI-Anwendungen	Workshop	Abnahme	2 Aufgaben		5.0	Drittelnoten	Sommersemester	150 Stunden	Franziska Bönke

Lehrinhalte:

Die Veranstaltung besteht aus zwei Teilen. Zuerst werden die erforderlichen theoretischen Grundlagen gelegt. Anschließend erfolgt eine Einführung in eines der üblichen BI-Tools (z.B. Microsoft Power BI Desktop). Schließlich wird dem Workshop Charakter des Moduls Rechnung getragen und die Studierende erstellen eigenständig ein interaktives Dashboard.

Teil 1: Theoretische Basis

1. Einführung in Data Analytics und BI
2. Datenbeschaffung und Datenvorbereitung
3. Datenanalyse
4. BI Tools und andere Werkzeuge
5. Data Visualization
6. Ethik und Datenschutz
7. Zukunftstrends und Entwicklungen

Teil 2: Fallstudie

Qualifikationsziele:

Sicherer Umgang mit klassischen Anwendungen zur Visualisierung von Ergebnissen und Entwicklungen sind das oberste Ziel dieses Moduls. Die Studenten können nach Abschluss des Moduls Daten aus unterschiedlichsten Quellen – von selbst erhobenen Umfragen über unternehmensinterne Daten bis hin zu Informationen aus dem Internet – erheben, sinnvoll auswerten und adressatengerecht präsentieren.

Verwendbarkeit:

Erkenntnisse zu gewinnen und diese adressatengerecht zu präsentieren, ist wesentlicher Inhalt des Moduls. Hierfür sind bei wirtschaftlichen Fragestellungen diesbezügliche Kenntnisse erforderlich. Gleiches gilt für psychologische Auswertungen, wiewohl diese eher selten in einen klassischen BI Rahmen integriert werden. Insofern greift das Modul auf Kenntnisse der wirtschaftlichen Module wie Rechnungswesen oder Controlling zurück. Auf der anderen Seite basiert das Modul auch auf Wissen aus den Modulen Einführung in die Programmierung, Office Anwendungen oder Einführung in Datenbanken. Nicht zuletzt die statistischen Module finden hier Eingang.

Selbst ist das Modul wieder Basis für Studien und Analysen, die z.B. im Rahmen einer Bachelor Thesis anfallen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Grundsätzlich sind Kenntnisse des Controlling sowie von Office Anwendungen hilfreich.

Literatur:

- Airinei, Dinu; Homocianu, Daniel: Data Visualization in Business Intelligence; 2020
- Charles, Vincent (Hrsg.); Garg, Pratibha (Hrsg.): Data analytics and business intelligence : computational frameworks, practices, and applications; 2023
- Fischer, Felix Bernhard; Burger, Anton; Gehling, Benedikt: Aktuelle Herausforderungen bei der Implementierung von Self-Service Business Intelligence; 2023; erschienen in HMD : Praxis der Wirtschaftsinformatik 60 (2023) 6, S. 1277-1288
- Hilbig, Heino: Bessere Strategieentscheidungen in Sales, Marketing & Co; 2023
- Kemper, Hans-Georg; Bahrs, Henning, Mehanna, Walid: Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen; 3. Aufl.; 2010
- Kunnathuvalappil Hariharan, Naveen : Data Sources for Business Intelligence; 2021
- Luhn, H. P.: A Business Intelligence System, in *IBM Journal of Research and Development*, vol. 2, no. 4, pp. 314-319, Oct. 1958
- Miller, Romaine; Fang, Alex: Business Intelligence Leveraging Regression Models, Artificial Intelligence, Business Intelligence and Strategy, 2023
- Schön, Dietmar: Planning and Reporting in BI-supported Controlling : Fundamentals, Business Intelligence, Mobile BI, Big Data Analytics and AI; 2023
- Sharma, Seema; Dashora, Jyoti; Saxena, Karunesh: Application of Business Intelligence Solutions for Human Resource Analytics in the Context of Industry 4.0; 2021
- Skyrius, Rimvydas: Business Intelligence : A Comprehensive Approach to Information Needs, Technologies and Culture; 2021
- Teittinen, Henri; Bovellan, Valtteri: Challenges in the adoption of business intelligence and analytics : a case study from the perspective of analytical capabilities; 2023; erschienen in: *Nordic journal of business* : NJB 72 (2023) 3, S. 143-163
- Thesmann, Stephan; Burkard, Werner : Business Intelligence; 2023; erschienen in *Das Wirtschaftsstudium : wisu ; Zeitschrift für Ausbildung, Prüfung,*

Berufseinstieg und Fortbildung. - Düsseldorf : Lange, ISSN 0340-3084, ZDB-ID 120284-4. - Bd. 52.2023, 11, S. 1104-1110

· Wu, Desheng Dang; Härdle, Wolfgang Karl: Service Data Analytics and Business Intelligence; 2020

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (6. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (Wahlmöglichkeit 6. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (4. Semester)

◆ MB150 – Bachelor-Thesis

Verantwortliche:	Sergei Sawitzki
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
BTH – Bachelor-Thesis	Thesis	Abschlussarbeit			12.0	Zehntelnoten	jedes Semester	360 Stunden	Sergei Sawitzki

Lehrinhalte:

Die Bachelor-Thesis soll im Regelfall in Kooperation mit einem Unternehmen erarbeitet werden. Themen aus den Arbeitsgruppen und Laboren der Hochschule sind ebenfalls möglich. Die Arbeit ist als abschließende, vom Studierenden eigenständig aber hochschul- und unternehmensseitig betreutes Projekt zu verstehen. Im Sinne der Zielsetzung der Bachelor-Ausbildung, der Erlangung des ersten berufsqualifizierenden Abschlusses, ist die Arbeit thematisch an einer Problemstellung eines kooperierenden Unternehmens orientiert oder sie besteht aus einer praxisrelevanten hochschulinternen Aufgabe.

Qualifikationsziele:

Die Studierenden ...

- besitzen die Fähigkeit zur Durchführung einer praxisorientierten Arbeit
- können eine Fragestellung selbständig erarbeiten
- können die zu erarbeitende Problematik klar strukturieren
- können die Vorgehensweise und Ergebnisse in einer Ausarbeitung übersichtlich darstellen
- stärken ihre praktischen Fähigkeiten im Projektmanagement-Bereich und zur Selbstorganisation

Verwendbarkeit:

In der Bachelorarbeit finden verschiedene Aspekte des Recherchierens, Experimentierens und Formulierens Anwendung, welche in vielen vorangegangenen Veranstaltungen geübt wurden. Dies schließt insbesondere das wissenschaftliche Arbeiten, Seminarvorträge und praktische Übungen mit ein.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Fachliche und persönliche Kompetenzen der zurückliegenden Semester, insbesondere themenabhängig fachverwandte Module und Seminar

Literatur:

themenabhängig

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Computer Games Technology Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Informatik Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Medieninformatik Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- Smart Technology Bachelor of Science Version 24.0 (7. Semester)
- Technische Informatik Bachelor of Science Version 24.0 (7. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)

◆ MB159 – Praktikum

Verantwortliche:	Sergei Sawitzki
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benötigung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB051 – Praktikum	Praktikum	Praktikumsbericht / Protokoll	20 Seiten		17,0	Bestanden/nicht Bestanden	jedes Semester	510 Stunden	Sergei Sawitzki

Lehrinhalte:

- Sammeln von beruflichen Erfahrungen in einem der durch die Prüfungsverfahrensordnung vorgesehenen Tracks:
 - Business-Track, berufliche Tätigkeit in einem etablierten Unternehmen
 - Start-up-Track, Vorbereitung der Gründung eines eigenen Unternehmens
 - Project-Track, Teilnahme an einem größeren Projekt mit wechselnden Projektteams
 - Science-Track, detaillierte und forschungsorientierte Auseinandersetzung mit einem wissenschaftlichen Themenkomplex
- Erstellung eines Praktikumsberichts
- Das berufsbildende Praktikum ist unabhängig vom Track im Umfang von 12 Wochen zu absolvieren

Qualifikationsziele:

Die Studierenden

- erweitern ihre sozialen Kompetenzen und ihre Kontakte zu Unternehmen. Beides können sie nach ihrem Studiumsabschluss gewinnbringend für eine Bewerbung oder das Einleben bei ihrem späteren Arbeitgeber bzw. Gründung eines eigenen Unternehmens verwenden
- können Fach- und Methodenkompetenz auf ausgewählte Abläufe und Problemstellungen des betrieblichen Alltags zu übertragen

Verwendbarkeit:

Die erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse stellen die Grundlage für die Bachelor-Thesis dar.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Fachliche und persönliche Kompetenzen der zurückliegenden Semester, insbesondere themenabhängig fachverwandte Module und "Soft Skills"

Literatur:

themenabhängig

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Computer Games Technology Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Informatik Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Medieninformatik Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- Smart Technology Bachelor of Science Version 24.0 (7. Semester)
- Technische Informatik Bachelor of Science Version 24.0 (7. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)

◆ MB160 – Bachelor-Kolloquium

Verantwortliche:	Sergei Sawitzki
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung	Lernform	Prüfungsform	-umfang	-dauer	ECTS	Benotung	Turnus	Aufwand	Lehrende
TB052 – Bachelor-Kolloquium	Kolloquium	Kolloquium		20 Min.	1.0	Drittelnoten	jedes Semester	30 Stunden	Sergei Sawitzki

Lehrinhalte:

- nach Thema der Bachelor-Arbeit unterschiedlich
- Fachvortrag über das Ergebnis der Bachelor-Arbeit
- Diskussion der Qualität der gewählten Lösung
- Fragen und Diskussion zum Thema der Bachelor-Arbeit und verwandten Gebieten

Qualifikationsziele:

Die Studierenden ...

- besitzen die Fähigkeit der konzentrierten Darstellung eines intensiv bearbeiteten Fachthemas.
- verfestigen die Kompetenz, eine fachliche Diskussion über eine Problemlösung und deren Qualität zu führen.
- verfügen über ausgeprägte Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten.

Verwendbarkeit:

Keine.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Fachliche und persönliche Kompetenzen der zurückliegenden Semester, insbesondere themenabhängig fachverwandte Module und Bachelor-Thesis

Literatur:

themenabhängig

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Computer Games Technology Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- E-Commerce Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Informatik Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Medieninformatik Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)
- Smart Technology Bachelor of Science Version 24.0 (7. Semester)
- Technische Informatik Bachelor of Science Version 24.0 (7. Semester)
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science Version 23.0 (7. Semester)
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science Version 25.0 (7. Semester)