

Modulhandbuch

Onlinestudiengang Bachelor

Personalmanagement

Stand: Oktober 2018

Inhalt

PM 01 - Allgemeine BWL.....	3
PM 02 - Marketing und Absatz.....	5
PM 03 - Beschaffung und Produktion	6
PM 04 - Bilanzen.....	8
PM 05 - Kostenrechnung.....	9
PM 06 - Controlling.....	10
PM 07 - Steuerlehre	13
PM 08 - Investition und Finanzierung	14
PM 09 - Unternehmensrecht.....	16
PM 10 - Strategisches Management	17
PM 11 - Qualitätsmanagement	18
PM 12 - Unternehmensführung	20
PM 13 - Projekt- und Prozessmanagement.....	22
PM 14 - Statistische Forschungsmethodik	24
PM 15 - Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	25
PM 16 - Personalwirtschaft	26
PM 17 - Arbeits- und Dienstrecht.....	27
PM 18 - Soziologie	28
PM 19 - Allgemeine und Biologische Psychologie	29
PM 20 - Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie	31
PM 21 - Entwicklungs- und Pädagogische Psychologie.....	33
PM 22 - Organisations- und Personalentwicklung	35
PM 23 - Kommunikation und Zielgruppenansprache.....	37
PM 24 - Employer Branding.....	39
PM 25 - Personalführung und Change Management.....	41
PM 26 - Planspiel zum Change Management.....	43
PM 27 - Interdisziplinäre Personalarbeit.....	44
PM 28 - Wahlpflichtmodul I	46
PM 29 - Bachelor-Thesis inkl. Kolloquium.....	47

Modulbezeichnung	PM 01 - Allgemeine BWL
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Axel Mutscher
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre • Rechtsformwahl und Standortwahl • Unternehmensführung und Organisation • Produktionswirtschaft • Beschaffung und Materialwirtschaft • Absatzwirtschaft • Personalwirtschaft • Investitionen und Finanzierung • Betriebswirtschaftliches Rechnungswesen
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden werden mit den Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre vertraut gemacht und erhalten einen Überblick über die Betriebswirtschaftslehre. Sie lernen die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Funktionen (Beschaffung, Produktion, Absatz, Personal, Rechnungswesen) kennen.</p> <p>Sie sind in der Lage, wesentliche theoretische und praktische Zusammenhänge der Betriebswirtschaftslehre zu erkennen und den Zusammenhang zwischen den einzelnen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen zu verstehen und zu erläutern.</p> <p>Sie können einfache praktische Probleme aus den Zielkonflikten dieser Funktionsbereiche erkennen, bewerten und Lösungsansätze formulieren. Die Studierenden werden in dieser einführenden Lehrveranstaltung auf die im weiteren Studium folgende Vertiefung der Lehre der einzelnen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereiche durch die Vermittlung des notwendigen Basiswissens vorbereitet.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung</p> <p>Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)</p> <p>Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)

Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 02 - Marketing und Absatz
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thomas Wilke
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Marketings • Verhaltens-, Informations- und Aktionsgrundlagen der Marketingentscheidung • Strategische Marketingplanung • Die Marke als Klammer der Marketing-Mix-Instrumente • Produkt- und Programmpolitik • Preispolitik • Kommunikationspolitik • Distributionspolitik
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden verstehen die Begriffe und Grundzusammenhänge des Marketings, können diese anwenden und berücksichtigen die wachsende unternehmenspolitische und funktionsübergreifende Bedeutung des Marketings. Sie sind in der Lage, Käuferverhaltensweisen, Marketingforschung und Marktsegmentierung als Verhaltens-, Informations- und Aktionsgrundlagen für Marketingentscheidungen heranzuziehen. Sie besitzen die Kompetenz, die entsprechenden strategischen Marketingplanungsschritte durchführen zu können, um im Anschluss die marketingmixpolitischen Instrumente der Markenpolitik, Produkt- und Programmpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Distributionspolitik zum Einsatz zu bringen.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 03 - Beschaffung und Produktion
Modulverantwortliche(r)	Dr. Lars Stemmler
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Rolle der Produktion in unternehmerischen Wettbewerbsstrategien • Funktion der Produktion in unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsketten • Produktion als betriebliche Hauptfunktion inkl. Produktionsprozesse • Funktionale Zusammenhänge zwischen In- und Outputgrößen • Grundlagen der Materialwirtschaft und Materialbeschaffung • Beschaffungsplanung • Produktionsplanung • Anforderungen an die Produktion in geschlossenen Ressourcenkreisläufen
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind mit den allgemein anerkannten und praktisch anwendbaren Grundlagen der Beschaffung und Produktion vertraut. Sie sind in der Lage, Produktion als unternehmerische Funktion zu beschreiben, betriebliche Beschaffungsprozesse darzustellen und die quantitative und strukturelle Zusammensetzung der Produkte des Betriebes nachvollziehen zu können.</p> <p>Sie verstehen es, verschiedene Bestandsarten und ihre Bedeutung für Betriebe zu unterscheiden und das Management der Lieferantenbeziehungen nachvollziehbar darzulegen. Dadurch sind sie im Stande, verschiedene Beschaffungsformen kritisch beurteilen zu können. Sie besitzen die Kompetenz, Produktionsbereiche, deren Organisationen und das entsprechende Produktionsprogramm zu unterscheiden und so den Zusammenhang zwischen Produktgruppen, -familien und -arten aufzuzeigen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)

Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 04 - Bilanzen
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Axel Mutscher
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Begriffe und Zusammenhänge des betrieblichen Rechnungswesens • System der doppelten Buchführung • Buchung von erfolgsneutralen und erfolgswirksamen Geschäftsvorfällen • Technik der Jahresabschlusserstellung • Zwecke der handels- und steuerrechtlichen Bilanzierung • Bilanzierung dem Grunde nach, der Höhe nach und dem Ausweis nach • Bilanzierung und Bewertung der wesentlichen Bilanzpositionen
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden kennen die grundlegenden Begriffe und Zusammenhänge des betrieblichen Rechnungswesens. Sie können Standardgeschäftsvorfälle von Handels- Dienstleistungs- und Industrieunternehmen buchen. Sie sind mit der Technik der Jahresabschlusserstellung vertraut. Die Studierenden sind befähigt, praktische Bilanzierungsprobleme mit einfachem bis mittlerem Schwierigkeitsgrad zu lösen. Die Lösungskompetenz erstreckt sich dabei auf Problemstellungen im Einzelabschluss nach deutschem Handels- und Steuerrecht.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 05 - Kostenrechnung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Olaf Bassus
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Kostentheorie, Kostenartenrechnung • Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung, Kalkulation • Teil- und Vollkostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung • Flexible Plankostenrechnung, Break-Even-Bewertung <p>Insbesondere werden Managemententscheidungen (z.B. make-or-buy), die kostentheoretische Relevanz haben, trainiert. Betriebswirtschaftliche Kennziffern werden zur Bewertung von Kosten und Leistung erläutert und mathematisch quantifiziert. Praktische Anwendungsmöglichkeiten von Ist- und Plankostenrechnung, sowie Teil- und Vollkostenrechnung werden an Beispielen dargestellt und Zusammenhänge zur Finanzbuchhaltung und Bilanzierung aufgezeigt.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	Den Studenten werden Grundzüge der Kosten- und Leitungsrechnung vermittelt, sie werden befähigt, praktische Probleme in Kostenrechnung und besonders Kalkulation zu lösen.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 06 - Controlling
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Johann Bachner
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Controlling-Konzeptionen und theoretische Grundlagen des Controllings • Darstellung von Kennzahlen und Kennzahlensystemen als wesentliche Grundlage des Controllings • Darstellung der Aufgaben und Instrumente des Kosten- und Erfolgs-Controlling und des Investitions- und Finanz-Controlling als wesentliche Bestandteile • Darstellung der Controlling-Aktivitäten in ausgewählten Unternehmensbereichen (z.B. Personal-, Marketing- oder Projekt-Controlling) • Abgrenzung von operativem und strategischem Controlling sowie Darstellung der Methoden des strategischen Controllings • Bedeutung, Ziele und Aufgaben von Risikomanagement und Risiko-Controlling • Controlling-Aspekte unter Berücksichtigung der Internationalisierung • Berichtswesen
Qualifikationsziele des Moduls	Die Absolventen dieses Moduls haben das Wissen und die aus Fallstudien stammende Urteilsfähigkeit erworben, um Aufgaben aus dem Controlling übernehmen und lösen zu können. Sie verfügen über funktions- und bereichsorientiertes Controllingwissen. Nach dem Durcharbeiten des Abschnitts „Instrumente des Controllings“ sind die Studierenden mit den praktisch anwendbaren Grundlagen des Controllings und den dabei eingesetzten Werkzeugen und Verfahren vertraut. Im speziellen verstehen sie dabei das Ableiten und Strukturieren des Informationsbedarfes für das Management, die Grundfertigkeiten für die Anwendung und Entwicklung von Controllinginstrumenten sowie das Analysieren von Ergebnissen zu Ertrags-, Finanz- und Risikolage des Unternehmens.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120

Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 07 - Steuerlehre
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Axel Mutscher
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Grundlagen der Besteuerung • Finanzwissenschaftliche Aspekte, Rechtsquellen, Besteuerungsverfahren, Rechtsanwendung • Überblick über die wichtigsten Steuerarten: Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer, Erbschaft- und Schenkungssteuer, Grunderwerbsteuer, Grundsteuer
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden verfügen über steuerrechtliche Grundkenntnisse zu den wichtigsten Steuerarten. Sie sind in der Lage, die steuerlichen Konsequenzen einfacher Sachverhalte anhand der einschlägigen Steuergesetze herzuleiten.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 08 - Investition und Finanzierung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Decker
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Teilgebiete der betrieblichen Finanzwirtschaft (Finanzierung, Investition, Risikomanagement) • Finanzwirtschaftliches Zielsystem (Liquidität, Rentabilität, Sicherheit, Unabhängigkeit) und finanzwirtschaftliche Führung (Planung, Organisation, Kontrolle, Steuerung) • Kapital und Vermögen (Eigen-/Fremdkapital, Mezzanines Kapital, konkretes Kapital) • Finanzierungsarten und Finanzkreislauf • Finanzwirtschaftliche Deskriptionsebenen und Liquiditätsbegriffe (Strom- und Bestandsgrößen, absolute und relative Liquidität) • Finanzplanung (Zeithorizonte, Grundsätze, Organisation) • Cashflow (Begriff, Perspektiven, Ermittlungsmethoden) • Finanzierungsregeln und Finanzkennzahlen (Regeln, Leverage, Kapitalstruktur, Kennzahlen) • Beteiligungsfinanzierung (Arten, Grundlagen, Notierungen und Kurse, Gründung, Kapitalerhöhungen) • Kreditfinanzierung (Arten, Risiken, Analyse, Entscheidungen) • Investitionsrechnung (Arten, Entscheidungen, Methoden, Umgang mit Unsicherheit)
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden können die Phasen des betrieblichen Finanzprozesses erläutern und kennen die korrespondierenden Begrifflichkeiten. Sie sind in der Lage, die verschiedenen Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung zu unterscheiden sowie qualitativ und quantitativ zu bewerten. Die Studierenden können statische und dynamische Liquiditätskonzepte erläutern und für rechnerische Zwecke einsetzen. Sie kennen die einzelnen Elemente des Finanzmanagements sowie die Vor- und Nachteile gängiger Finanzierungsregeln.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Investitionsentscheidungen mittels dynamischer Verfahren zu fundieren und in den betrieblichen Kontext einzuordnen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)</p> <p>Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine

Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 09 - Unternehmensrecht
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Peter Kiel
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Rechtsquellen und Materien des Unternehmensrechts (einschließlich internationales und europäisches Gesellschaftsrecht) • Gesellschaftsformen und Kriterien für die Rechtsformwahl • Innenrecht der Gesellschaften (Entstehung, Umwandlung und Beendigung von Gesellschaften, Gesellschaftsorgane, Mitgliedschaftsrechte und -pflichten) • Außenrecht der Gesellschaften (Name/Firma, Vertretung, Haftung für Gesellschaftsverbindlichkeiten) • Einzelne Gesellschaftsformen (GbR, OHG, KG und GmbH & Co. KG, GmbH und UG haftungsbeschränkt, AG) • Grundzüge des Kapitalmarktrechts
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden sind mit den gesetzlichen Regeln der wichtigsten Gesellschaftstypen des deutschen Rechts vertraut. Sie sind befähigt, diese Regeln auf einfach gelagerte Fälle anzuwenden und dafür sachgerechte juristische Lösungen aus dem Gesetz abzuleiten. Sie sind auf diesem Gebiet kompetente Kommunikationspartner für interne oder externe Rechtsberater.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 10 - Strategisches Management
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Managements • Grundlagen des strategischen Managements auf Geschäftsfeldebene • Strategische Analyse auf Geschäftsfeldebene • Formulierung und Auswahl von Strategien auf Geschäftsfeldebene • Implementierung von Strategien auf Geschäftsfeldebene
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind mit den allgemein anerkannten und praktisch anwendbaren Grundlagen des strategischen Managements vertraut. Sie sind in der Lage, die Entwicklung innovativer Strategien voranzutreiben, um neue Geschäftsmöglichkeiten zu finden und nachhaltige Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz zu erzielen.</p> <p>Die Studierenden erkennen die Bedeutung des strategischen Managements für eine erfolgreiche Unternehmensführung und können das strategische Management in Gesamtplanungszusammenhänge einordnen. Sie besitzen die Fähigkeit, funktionale Abhängigkeiten aufzeigen, Zielvorgaben zu analysieren und in Zielhierarchien einzuordnen. Sie können ausgewählte Instrumente der betriebswirtschaftlichen Analyse anwenden und Strategien für konkrete Entscheidungssituationen entwickeln sowie beurteilen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung</p> <p>Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)</p> <p>Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 11 - Qualitätsmanagement
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Marco Becker
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Begriffe und Grundsätze des Qualitätsmanagements • Grundlagen des Qualitätsmanagements in der ISO- Familie 9000 ff • Grundlagen des Total Quality Managements • Anforderungen der DIN EN ISO 9001:2015 • Grundlagen der Qualitätsverbesserung – Strategien und Werkzeuge • Methoden der Qualitätssicherung • Durchführung von Qualitätsaudits • Zertifizierungsverfahren für Qualitätsmanagementsysteme • Ausgewählte Systeme im Bereich des Gesundheits- und Sozialwesens
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind mit den allgemein anerkannten Grundlagen des Qualitätsmanagements und den modernen Qualitätsmanagementsystemen vertraut. Sie kennen die Inhalte und Anforderungen der Zertifizierungsnorm DIN EN ISO 9001 und haben sich mit branchenspezifischen Qualitätssicherungssystemen vertraut gemacht. Sie sind in die Grundlagen des Total Quality Management eingeweiht. Sie beherrschen die Methoden und Strategien der Qualitätssicherung sowie der Qualitätsverbesserung und sind in der Lage diese auf unterschiedliche Prozessverläufe anzuwenden. Die Studierenden sind befähigt, Prozesse der Qualitätsverbesserung zu aktivieren und zu überprüfen. Dabei dienen ihnen das Prozessmodell sowie der Modellansatz des Ständigen Verbesserungsprozesses als Grundlage. Externe Qualitätssicherungsmaßnahmen aus gesetzlichen und behördlichen Anforderungen sind Ihnen bekannt und können durch sie zielorientiert gesteuert werden.</p> <p>Die Studierenden können mit Hilfe von Auditinstrumenten ein bestehendes QM- System bewerten und auf seine Zertifizierungsreife überprüfen. Sie sind damit in der Lage Verbesserungspotentiale in Organisationen zu erschließen und durch Qualitätsverbesserungsprojekte zur Organisationsentwicklung beizutragen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>

Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 12 - Unternehmensführung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Weigand
Inhalte des Moduls	<p>1. Einführung</p> <p>2. Funktionen im Managementprozess</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planung und Kontrolle • Organisation • Personalmanagement <p>3. Ebenen der Unternehmensführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normative Unternehmensführung • Strategische Unternehmensführung • operative Unternehmensführung <p>4. Innovationsmanagement</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Absolventen verfügen über grundlegendes Wissens über die Führung von und im Unternehmen und Organisationen. Sie kennen die Zusammenhänge auf den Ebenen der Unternehmensführung (normativ, strategisch, operativ) ebenso wie für die Praxis relevante Methoden und Prozesse. Sie sind sich über die Bedeutung der permanenten Weiterentwicklung zum Erhalt und Aufbau von Wettbewerbsvorteilen bewusst, welche durch einen ersten Einstieg in das Innovationsmanagement vermittelt wird.</p> <p>Die Verbindungen zu dem Modul Allgemeine BWL stellt sicher, dass die Teilnehmer ein grundlegendes Verständnis des Gesamtsystems und seiner Managementprozesse für die Verbindung der anderen Module nutzen können.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung</p> <p>Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)</p> <p>Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen (Tutorien / Sprechstunden); 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)

Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 13 - Projekt- und Prozessmanagement
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Weigand
Inhalte des Moduls	<p>Einführung und Grundbegriffe</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projekt- und Prozessmanagement und das System der Unternehmensführung <p>Prozessmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kennzeichen und Merkmale von Prozessen • Geschäftsprozesse - Grundlagen und Management • Prozessziele und Zielgrößen • Prozessgestaltung und Prozessoptimierung <p>Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele, Zweck und Bausteine • Anwendungsgebiete • Erfolgsfaktoren für das Projektmanagement • Operatives Projektmanagement • Bausteine der operativen Projektplanung • Organisation und Führung in Projekten • Projektsteuerung und Projektcontrolling
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind mit den allgemein anerkannten und praktisch anwendbaren Grundlagen des aktuellen Projekt- und Prozessmanagements vertraut. Sie sind befähigt Projekte und Prozesse nach Merkmalen zu differenzieren und zu bewerten. Dies bildet die Grundlage für operative Handlungsfähigkeit wie auch für die Ableitung grundlegender Schlussfolgerungen für die Unternehmensführung.</p> <p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz, abzuleitende Schlussfolgerungen und Vorschläge für Managemententscheidungen logisch zu begründen und überzeugend zu vertreten. Sie haben die Fähigkeit, auf der Grundlage dieses Moduls selbstständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten. Ferner sind sie sich bewusst, dass Projekt- und Prozessmanagement eine Vielzahl an Schnittstellen zum Managementsystem der Unternehmung/Organisation hat.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>

Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 14 - Statistische Forschungsmethodik
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Gerhard Müller
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Grundbegriffe der Statistik • Deskriptive univariate Datenanalyse (Häufigkeitsverteilung, Lageparameter, Streuungsparameter, Schiefe- und Konzentrationsmaße) • Deskriptive bivariate Datenanalyse (Häufigkeitsverteilung, Zusammenhangsmaße zwischen zwei Merkmalen, Regressionsrechnung, Zeitreihenanalyse)
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden kennen das Basiswissen der deskriptiven Statistik in ihrer Bedeutung für die Volks- und Betriebswirtschaftslehre. Sie sind sie mit der Erhebung und Darstellung statistischer Daten, Ermittlung von Kennzahlen wie Lage- und Streuungsparametern, Korrelations- und Regressionsanalysen sowie mit der elementaren Zeitreihenanalyse vertraut. Im Hinblick auf die vorliegende Datenbasis und die benutzte Stichprobe sind sich die Studierenden zudem der Grenzen der beschreibenden Statistik bewusst. Damit besitzen sie die Fähigkeit, in Abhängigkeit von der gegebenen Datenbasis geeignete statistische Verfahren auszuwählen und deren Ergebnisse entsprechend zu interpretieren.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Studienbrief mit einer studiengangsspezifischen Eingrenzung der Online-Materialien und komplexeren Übungsaufgaben / Fallstudien; Asynchrone Online-Vorlesung; Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)</p> <p>Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 15 - Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Michael Schleicher
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftliches Arbeiten in Theorie und Praxis • Grundsätze, Begriffe und Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens • Themenfindung, Informationsbeschaffung und Recherche • Strukturelemente einer wissenschaftlichen Ausarbeitung • Problemformulierung • Belegen, Referenzieren und Zitieren • Wissenschaftliche Sprache und Schreibstile • Technik und Projektmanagement
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden verstehen die Bedeutung wissenschaftlicher Arbeitsmethodik für die Bearbeitung theoretischer und anwendungsorientierter Forschungsfragen. Sie kennen die grundlegenden Prinzipien und Begriffe des Forschungsprozesses sowie alternative Vorgehensweisen bei der Bearbeitung von Problemstellungen. Sie können Themen identifizieren, Fragestellungen formulieren und in eine strukturierte schriftliche Ausarbeitung überführen. Sie sind vertraut mit den einschlägigen Referenzierungs- und Zitationstechniken.</p> <p>Die Studierenden kennen wissenschaftliche Sprachnuancen und Stilformen sowie technische und organisatorische Hilfsmittel für die Erstellung von Thesen, Studienarbeiten und Hausarbeiten.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL (Hausarbeit)
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 16 - Personalwirtschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklungsgeschichte und Menschenbilder in der Personalwirtschaftslehre • Das Spannungsfeld zwischen ökonomischer und sozialer Effizienz • Theorie und Praxis der Motivation zur Mitarbeit • Planung und Realisierung personalwirtschaftlicher Aufgaben • Bewertung von Arbeitsleistung, Personalentlohnung und Wertschöpfungsverteilung • Die Rolle des HR-Bereichs als interner Dienstleister
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erhalten einen Überblick über grundlegende personalwirtschaftliche Aufgaben in einem Unternehmen. Sie erhalten einen Einblick in die wesentlichen personalwirtschaftlichen Spannungsfelder im Unternehmen und werden in die Lage versetzt, das unternehmerische Geschehen aus Sicht der Mitarbeiter zu bewerten und zu gestalten. Sie können operative und strategische Fragestellungen der Personalpolitik eines Unternehmens erkennen und unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Interessen der Handelnden eigenständig lösen. Sie sind sich der ethischen Implikationen der Personalarbeit bewusst und können diese in der Praxis einfließen lassen.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 17 - Arbeits- und Dienstrecht
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Bücken
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Arbeitsrechts • Vertragsgestaltung und besondere Beschäftigungsformen (z.B. Arbeitnehmerüberlassung, Teilzeitbeschäftigung, etc.) • Begründung des Arbeitsverhältnisses • Inhalt des Arbeitsverhältnisses • Leistungsstörungen • Beendigung des Arbeitsverhältnisses • Recht des Betriebsübergangs • Besonderheiten der Beschäftigung im öffentlichen Dienst • Grundstrukturen des kollektiven Arbeitsrechts • Bezüge zwischen Arbeits- und Sozialrecht
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden gewinnen einen Überblick über arbeitsrechtliche Regelungen und Strukturen. Sie erkennen Zusammenhänge zwischen arbeits- und sozialrechtlichen Regelungen und können einzelne Vorschriften in übergeordnete Zusammenhänge einordnen. Die Studierenden können typische Sachverhaltsgestaltungen arbeitsrechtlich beurteilen. Sie verstehen die Bedeutung arbeitsrechtlicher Regelungen für die Gestaltung betrieblicher Prozesse. Sie erkennen Gestaltungsmöglichkeiten und können aus diesen Lösungsoptionen und Handlungspläne für betriebliche Problemstellungen ableiten.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 18 - Soziologie
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Joachim Winkler
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Soziales Handeln als Grundkategorie der Soziologie • Soziologische Grundbegriffe • Soziologische Theoriebildung • Mikrosoziologie: Soziale Gruppe, Normen, Rolle • Makrosoziologie: Soziale Ungleichheit, Macht und Herrschaft, Organisation • Soziale Intelligenz und soziale Kompetenz
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden entwickeln ein Grundverständnis für die Deutung sozialer Zusammenhänge auf personaler und organisatorischer Ebene. Sie gewinnen eine begriffs- bzw. theorieorientierte Sichtweise zur Erklärung sozialer Zusammenhänge. Sie entwickeln soziale Kognition, die zusammen mit Empathie soziales Bewusstsein ermöglicht.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 19 - Allgemeine und Biologische Psychologie
Modulverantwortliche(r)	Dipl.-Psych. Raphaela Schneider
Inhalte des Moduls	<p>Allgemeine Psychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wahrnehmung und Aufmerksamkeit • Lernen, Gedächtnis, Wissen • Sprache, Sprechfähigkeit und Sprachverstehen • Denken und Problemlösen • Urteilen und Entscheiden • Motivation, Volition und Emotion • Embodiment und Psychomobilität • Handlungsregulation <p>Biologische Psychologie / Neurowissenschaften</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Mensch als natürliches biologisches System • Sinnes- und Neurophysiologie • Gehirnfunktionen und -entwicklung • Genetik und Verhalten • Sensumotorik • Forschungsmethoden in den Neurowissenschaften, der Neuro- und Psychopsychologie • Anspruch der Neurowissenschaft als Leitwissenschaft (u.a. in der Pädagogik und im Marketing)
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Fachbezogene Kompetenzen: Den Studierenden verfügen über ein grundlegendes Verständnis in den Bereichen der Allgemeinen Psychologie und der Biopsychologie. Sie kennen Theorien, Begriffe, Modelle und Methoden. Fragestellungen, Ziele und Handlungsfelder können benannt und eingeordnet werden. Biopsychologische Erklärungsmuster genetisch bedingten Verhaltens können aufgrund wissenschaftlicher Theorien analysiert, interpretiert und bewertet werden.</p> <p>Die Studierenden haben Forschungsfragen und Befunde der Neurowissenschaften auf wissenschaftlicher Basis kennengelernt, können diese einordnen und haben Zusammenhänge mit Nachbardisziplinen, auch mit gesellschaftlichen, sozialen und ethischen Aspekten verstanden.</p> <p>Methodische Kompetenzen: Die Studierenden sind befähigt, wissenschaftliche Fachliteratur zu lesen und zu verstehen. Forschungsartikel und Fachzeitschriften sind exemplarisch bekannt und gesichtet. Die kommunikativen Kompetenzen der Studierenden wurden in Bezug auf die logische Darstellung wissenschaftlicher Theorien eingeübt und im wissenschaftlichen Argumentieren erweitert.</p>

ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Birbaumer, Niels / Schmidt, Robert R. (2016): Biologische Psychologie. 7. Aufl. Heidelberg: Springer Medizin Verlag. • Jäncke, Lutz (2013): Lehrbuch Kognitive Neurowissenschaften. Bern u.a.: Verlag Hans Huber. • Gerrig, Richard J. / Zimbardo, Philip G. (2014): Psychologie. 20. Aufl. München: Pearson. • Müsseler, Jochen / Rieger, Martina (Hrsg.)(2017): Allgemeine Psychologie. 3. Aufl., Berlin, Heidelberg: Springer Verlag. • Myers, David G. (2014): Psychologie. 3. Aufl. Heidelberg: Springer Medizin Verlag. • Schandry, Rainer (2016): Biologische Psychologie. 4. Aufl. Weinheim: Beltz <p>(Verwendet werden jeweils die aktuellen Auflagen.)</p>

Modulbezeichnung	PM 20 - Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie
Modulverantwortliche(r)	Dr. Stefan Klaußner
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Geschichte der Arbeits- und Organisationspsychologie • Problematik rationalen Verhaltens • Motivations- und Kognitionstheorien • Interaktionstheorien und Gruppenprozesse • Psychologie makroökonomischer Prozesse • Psychologie mikroökonomischer Prozesse • Organisationskultur und Mikropolitik • Gerechtigkeit in Organisationen • Grundlagen der Organisationsentwicklung • Psychologische Erklärungen von Widerständen gegen Änderungen • Arbeitsanalyse und -gestaltung • Personalauswahl, -beurteilung und -entwicklung • Psychologie der Entlohnung
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden kennen die zentralen Theorien, empirischen Befunde und praxisbezogenen Methoden der Arbeits- und Organisationspsychologie. Sie sind in der Lage, Situationen der Praxis vor dem Hintergrund des erarbeiteten Wissens zu reflektieren und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Zudem können die Studierenden ihr eigenes Verhalten und ihre Erfahrungen hinterfragen und Konsequenzen für das eigene Handeln ableiten.</p> <p>Makroökonomische Prozesse (u.a. Geldwert, Einkommen, Steuern, Sparen, Geldanlage) sind von den Studierenden unter psychologischer Perspektive benenn- und erklärbar.</p> <p>Die Studierenden haben ferner ein klares Bild von der mikropsychologischen Ebene der Arbeit, der Arbeitsgestaltung, der Organisation, von Macht und Mikropolitik, von Führung und Wandel. Sie kennen die wichtigsten Motivations- und Zufriedenheitstheorien und können daraus Implikationen ableiten. Sie erkennen die Bedeutung der Organisationskultur und wissen, welche Methoden der Organisationsentwicklung eingesetzt werden können, um Reaktanz zu begegnen.</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten (psychologischen) Führungs- und Gerechtigkeitstheorien und können diese zur Analyse realer Situationen nutzen. Sie verstehen die psychologische Ebene der zentralen Aufgabenfelder des Personalmanagements.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)

	Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL (i.d.R. Hausarbeit)
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Moser, K. (Hrsg.)(2015): Wirtschaftspsychologie. 2.Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer. • Rosenstiel, L. v., Nerdinger, F. W. (2011): Grundlagen der Organisationspsychologie - Basiswissen und Anwendungshinweise, 7. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Schreyögg, G., Geiger, D. (2016): Organisation – Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 6. Aufl. Wiesbaden: Springer-Gabler. • Schuler, H., Moser, K. (Hrsg.) (2013): Lehrbuch Organisationspsychologie, 5. Aufl., Göttingen: Hogrefe. • Weinert, A. B. (2004): Organisations- und Personalpsychologie, 6. Aufl., Weinheim: Beltz. • Weibler, J. (2016): Personalführung, 3. Aufl., München: Vahlen. <p>(Verwendet werden jeweils die aktuellen Auflagen.)</p>

Modulbezeichnung	PM 21 - Entwicklungs- und Pädagogische Psychologie
Modulverantwortliche(r)	Dipl.-Psych. Raphaela Schneider
Inhalte des Moduls	<p>Entwicklungspsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklungsbegrifflichkeit (Life-Circle, Life-Span etc.) • Anlage-Umwelt-Problematik • Veränderungsmessung und Datenerhebung • Entwicklungspsychologische Kerntheorien • Identität und Selbst-Entwicklung • Emotionale Entwicklung und Empathie • Bindung, Liebe und Partnerschaft • Moralentwicklung, Kooperation und Wettbewerb • Vorstellung, Spiel und Phantasie <p>Pädagogische Psychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Pädagogische Psychologie • Diagnose und Evaluation im Bildungskontext • Überblick zu Methoden der Bildungsforschung • Kontextgebundenheit von Wissen und Können • Lehr-Lern-Prozesse im Erwachsenenalter • Lehr-Lern-Prozesse mit elektronischen Medien • Mediennutzung unter pädagogischer Perspektive • Lebenslanges Lernen als moderne Leitidee
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Fachbezogene Kompetenzen: Den Studierenden verfügen über ein grundlegendes Verständnis der Entwicklungspsychologie und ein Überblicksverständnis der Pädagogischen Psychologie. Fragestellungen, Ziele und Handlungsfelder können benannt und eingeordnet werden. Psychologische Phänomene der menschlichen Entwicklung über die gesamte Lebensspanne können mit wissenschaftlichen Theorien analysiert, interpretiert und bewertet werden.</p> <p>Die Studierenden haben Forschungsfragen und Befunde auf wissenschaftlicher Basis kennengelernt, können diese einordnen und haben Zusammenhänge mit Nachbardisziplinen, auch mit gesellschaftlichen, sozialen und ethischen Aspekten verstanden.</p> <p>Die Studierenden können aufgrund dieses Fachwissens wissenschaftlich fundierte Bewertungen auf den Gebieten der Entwicklungspsychologie und der Pädagogischen Psychologie formulieren.</p> <p>Methodische Kompetenzen: Die Studierenden sind befähigt, wissenschaftliche Fachliteratur zu lesen und zu verstehen. Forschungsartikel und Fachzeitschriften sind exemplarisch bekannt und gesichtet. Die kommunikativen Kompetenzen der Studierenden wurden in Bezug auf die logische</p>

	Darstellung wissenschaftlicher Theorien eingeübt und im wissenschaftlichen Argumentieren erweitert.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Berk, Laura E. (2012): Entwicklungspsychologie (5. Aufl.). München: Pearson. • Brünken, Roland / Münzer, Stefan / Spinath, Birgit (2017): Pädagogische Psychologie – Lernen und Lehren. Göttingen: Hogrefe. • Flammer, August (2017): Entwicklungstheorien. Psychologische Theorien der menschlichen Entwicklung. (5. Aufl.) Göttingen: Hogrefe • Gerrig, Richard J. / Zimbardo, Philip G. (2014): Psychologie. (20. Aufl.) München: Pearson. • Lang, Frieder R. / Martin, Mike / Pinguart, Martin (2012): Entwicklungspsychologie – Erwachsenenalter. Göttingen: Hogrefe Verlag. • Myers, David G. (2014): Psychologie. (3. Aufl.) Heidelberg: Springer Medizin Verlag. <p>(Verwendet werden jeweils die aktuellen Auflagen.)</p>

Modulbezeichnung	PM 22 - Organisations- und Personalentwicklung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Weigand
Inhalte des Moduls	<p>1. Personalentwicklung (PE)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Management der PE (Strategie und Struktur, Planung und Ergebnissicherung) • Grundlagen der PE (Kompetenzmodelle, Selbstorganisiertes Lernen und Lernende Organisation, Employability-Management, Corporate University) • Instrumente der PE und Personalförderung • Kompetenzentwicklung • Kompetenzmanagement im Kontext der Industrie 4.0 <p>2. Organisationsentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tools und Instrumente zur Organisationsanalyse • Entwicklung und Beschreibung der Soll-Organisation • Messkonzept für Organisationsveränderungen <p>3. Teamentwicklung – Teamführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen effektiver Teamführung • Säulen der Teamleistung • Zusammenstellung, Entwicklung und Pflege von Teams
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Fachkompetenz/Wissensverbreiterung Auf der kognitiven Ebene kennen die Teilnehmer nach Abschluss dieses Moduls die Grundlagen erfolgreicher Personalentwicklung und wissen, welche Prozesse und Methoden hierfür systematisch eingesetzt werden können. Neben der Personalentwicklung kennen sie die Werkzeuge der Organisationsentwicklung in Grundzügen. Beide Kompetenzfelder bilden die methodische Basis für erfolgreiche Prozesse und Projekte in Organisationen. Des Weiteren verfügen sie über das praktisch relevante Wissen zur Gestaltung und Führung von Teams als kleinste organisatorische Einheit in der Aufbau-, Ablauf- und Projektorganisation.</p> <p>Methodenkompetenz/Wissenserschließung Die Teilnehmer können nach Abschluss dieses Moduls Maßnahmen zur konkreten PE von Individuen oder Gruppen definieren und im Gesamtsystem der PE einordnen. Die methodischen Voraussetzungen für die Analyse und zielorientierten Weiterentwicklung von Organisationen sind den Teilnehmern ebenso bekannt wie die Grundlagen wirkungsvoller Gestaltung der Arbeit durch Teams.</p> <p>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen Die Teilnehmer sind in die Lage versetzt, die Zusammenarbeit in Unternehmen und Organisationen für alle Prozesse und Funktionen erfolgreich zu gestalten wie auch erste Führungsaufgaben wahrzunehmen.</p>

ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Studienbrief: Weigand, A.: Organisations- und Personalentwicklung • Weiterführende / vertiefende Literatur • Müller-Vorbrüggen, M., Rädcl, J.: Handbuch Personalentwicklung - Die Praxis der Personalbildung, Personalförderung und Arbeitsstrukturierung • Schifferer, S., von Reitzenstein, B.: Tools und Instrumente der Organisationsentwicklung - Erfolgreiche Umsetzung von Organisationsprojekten • Ahrens, D., Molzberger, G. Kompetenzentwicklung in analogen und digitalisierten Arbeitswelten - Gestaltung sozialer, organisationaler und technologischer Innovationen • North, K., Reinhardt, K., Sieber-Suter, B.: Kompetenzmanagement in der Praxis - Mitarbeiterkompetenzen systematisch identifizieren, nutzen und entwickeln • Werther, S., Bruckner, L.: Arbeit 4.0 aktiv gestalten – Die Zukunft der Arbeit zwischen Agilität, People Analytics und Digitalisierung <p>(Verwendet werden jeweils die aktuellen Auflagen.)</p>

Modulbezeichnung	PM 23 - Kommunikation und Zielgruppenansprache
Modulverantwortliche(r)	Katja Büchner
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Grundlagen wirkungsvoller Kommunikation im organisationalen Kontext • anwendungsorientierte Theorien und Modelle professioneller Gesprächsführung im Spannungsfeld von Sprechen und Zuhören • Kommunikation als Mittel zur Realisierung organisationaler Ziele • Ermittlung relevanter Kommunikationsmethoden für ausgewählte Zielgruppen • wirkungsvoller Einsatz von Medien in der Zielgruppenansprache • Methoden zur Ermittlung des Erfolgs kommunikativer Maßnahmen
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Theorien aus der Kommunikationsforschung sowie praktische Methoden zu deren Umsetzung. Kommunikationsmodelle sind bekannt und werden verstanden.</p> <p>Die Studierenden sind sich der unterschiedlichen Perspektiven und Zielrichtungen der Kommunikationsmodelle bewusst und können selbständig für die jeweilige Kommunikationsaufgabe passende Ansätze auswählen sowie anwenden. Sie sind in der Lage, Kommunikationsprobleme als solche zu identifizieren sowie sachgerecht zu adressieren.</p> <p>Aufbauend auf ihrem kommunikationstheoretischen Grundlagenwissen können sie für die jeweilige kommunikative Aufgabe und passend zur Zielgruppe geeignete Medien auswählen und sachgerecht einsetzen. Sie sind in der Lage ihr methodisches Wissen zu nutzen, um den Erfolg der kommunikativen Maßnahmen zu beurteilen und gegebenenfalls ihr Vorgehen anzupassen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)</p> <p>Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	interdisziplinär in unterschiedlichen Studiengängen auf Bachelor-Niveau verwendbares Modul

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Sucharowsky, Wolfgang: „Kommunikationswissenschaft: Eine Einführung. ‚Bachelor Wissen‘“ • Weisbach, Christian-Rainer; Sonne-Neubacher, Petra: „Professionelle Gesprächsführung“ • Bernays, Edward: „Propaganda: Die Kunst der Public Relations“ <p>Alle Publikationen in der jeweils aktuellen Auflage. Weitere Quellen werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.</p>

Modulbezeichnung	PM 24 - Employer Branding
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Grundlagen wirkungsvoller Markensteuerung • Soziologische und sozialpsychologische Besonderheiten des Personalmarktes • Methoden zur Analyse und Segmentierung von Milieus • Strategische Ansätze zur Etablierung einer passenden Arbeitgebermarke in den entsprechenden Marktsegmenten • Operative Umsetzung von mit der Arbeitgebermarke korrespondierenden unternehmensinternen Maßnahmen • Methoden zur laufenden Überprüfung der Qualität der etablierten Arbeitgebermarke im Markt sowie innerhalb des Unternehmens
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind sich der Besonderheiten des Arbeitsmarktes in der Außen- und Innenperspektive eines Unternehmens bewusst. Die grundlegenden Marketinginstrumente sind bekannt und werden verstanden.</p> <p>Die Studierenden kennen betriebswirtschaftliche sowie soziologische und sozialpsychologische Modelle und Theorien zur Erfassung der Spezifika eines Arbeitsmarktes und sind in der Lage, diese auf abgegrenzte Problemstellungen des Employer Brandings anzuwenden.</p> <p>Aufbauend auf ihrem analytischen und methodischen Wissen zur Erfassung und Beurteilung des Arbeitsmarktes sind die Studierenden in der Lage, geeignete Maßnahmen zur Lösung eines Branding-Problems zu erarbeiten und umzusetzen sowie deren Wirksamkeit zu ermitteln.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung</p> <p>Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)</p> <p>Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Begrenzung
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)

Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 25 - Personalführung und Change Management
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Verhaltensökonomie als Teil der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften • anwendungsorientierte Ansätze zur Erklärung und Prognose des Verhaltens von Menschen im organisationalen Kontext • Verhaltensökonomische Grundlagen der Interaktion von Menschen in Organisationen (Überblick zu motivations- und führungstheoretischen Konzepten) • Überblick zu ausgewählten Methoden des Change-Managements im Sinne eines systematisierten Führungsverhaltens • Einführung zu Kommunikation in Change Situationen unter Berücksichtigung des individuellen Umgangs mit Veränderungen • Methoden der strukturierten Umsetzung von Change Initiativen anhand relevanter Motivations- und Führungsansätze
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden kennen die grundlegenden verhaltensökonomischen Ansätze aus der Motivations- und Führungsforschung. Motivations- und Führungsmodelle sind bekannt und werden verstanden.</p> <p>Die Studierenden sind sich der unterschiedlichen Interpretationen menschlichen Verhaltens in Organisationen bewusst und können selbständig passende Handlungsalternativen in unterschiedlichen Führungskontexten auswählen. Sie sind in der Lage, Motivations- bzw. Führungsprobleme sachgerecht zu beurteilen.</p> <p>Aufbauend auf ihrem Grundlagenwissen um Motivations- und Führungstheorien sowie deren situativer Anwendung kennen sie zudem ausgewählte Modelle des Change-Managements und sind sich bewusst, auf welche Weise diese aus den verhaltensökonomischen Grundlagen abgeleitet werden.</p> <p>Die Studierenden können Change-Situationen interpretieren, die Change-relevanten Probleme, die sich daraus für die Organisationsmitglieder ergeben, erkennen und relevante Handlungsalternativen ableiten. Sie sind in der Lage ihr methodisches Wissen zu nutzen, um den Erfolg ausgewählter Handlungsalternativen antizipativ zu beurteilen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung</p> <p>Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)</p> <p>Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung</p>

	offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Doppler, Klaus / Lautenburg, Christoph (2014): Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten. 13. Aufl. Frankfurt: Campus. • Robbins, Stephen P. (2011): Organisation der Unternehmung. 9. Aufl. München: Pearson. • Schubert, Andreas von (2014): Kunden Führen. Lübeck: Wayküll. • Thaler, Richard (2018): Misbehaving: Was uns die Verhaltensökonomik über unsere Entscheidungen verrät. München: Siedler. • Vahrs, Dietmar / Weiand, Achim (2013): Workbook Change Management: Methoden und Techniken. 2. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Pöschel. <p>(Verwendet werden jeweils die aktuellen Auflagen.)</p>

Modulbezeichnung	PM 26 - Planspiel zum Change Management
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Implementieren einer Change-Initiative (als Team) in einem Industrieunternehmen • Operative, taktische und strategische Planung von Entscheidungen und daraus abgeleiteten Maßnahmen zur Beeinflussung von Einstellung und Verhalten von Mitarbeitern • Ergebnisanalyse und Auswertung des Erfolgs der eingeleiteten Maßnahmen anhand eines Vorgehensmodells für Change-Initiativen in Unternehmen
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden vernetzen unterschiedliche Aspekte des verhaltensökonomischen Ansatzes der Veränderung und Weiterentwicklung von Organisationen sowie des Verhaltens von Mitarbeitern in ausgewählten Organisationsteilen zu einem ganzheitlich angelegten Vorgehen bei der Umsetzung organisationaler Veränderung unter ökonomischen Rahmenbedingungen.</p> <p>Sie entwickeln dabei ihre Teamfähigkeit weiter, trainieren ihre Präsentationstechniken und erhalten unmittelbar Feedback zur Wirkung ihrer intendierten Maßnahmen, anhand dessen sie ihre Kompetenzen im Management von unternehmerischen Veränderungen wie auch ihr entsprechendes Methodenwissen testen und weiterentwickeln können.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium anhand mitgelieferter Software und Handbücher. Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	interdisziplinär in unterschiedlichen Studiengängen auf Bachelor-Niveau verwendbares Modul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Arbeitsaufwand	150 h (16 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 134 Stunden Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Handbücher zum Planspiel <p>Alle Publikationen in der jeweils aktuellen Auflage. Weitere Quellen werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.</p>

Modulbezeichnung	PM 27 - Interdisziplinäre Personalarbeit
Modulverantwortliche(r)	Michael Rüdiger
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • das Personalwesen als eigenständige operativ- unternehmerische Fachfunktion versus Stabsfunktion • Überblick zu den Anforderungen der operativen Fachfunktionen in einem Unternehmen an die Personalarbeit • Methoden der Analyse der Ziele und daraus abgeleiteten Verhaltensintentionen von Organisationsteilen durch das Personalwesen • Ziel- und aufgabenorientierte Vernetzung des Personalwesens mit anderen Fachfunktionen • das Personalwesen als organisationaler Innovator bei aktuellen Themen wie beispielsweise „Industrie 4.0“
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmer über die strategische Relevanz des Personalwesens für den unternehmerischen Erfolg jenseits einer reinen Stabsfunktion bewusst.</p> <p>Sie erkennen die Anforderungen der anderen unternehmerischen Fachfunktionen entlang von Porters Wertschöpfungsmodell an das Personalwesen sowie des Personalwesens an die jeweiligen Organisationsbereiche und sind in der Lage, diese zu einem integrierten System gegenseitiger Abhängigkeiten und Bedürfnisse zu verbinden. Sie kennen das Instrumentarium, mit dem Zielsysteme analysiert und harmonisiert werden können.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Herausforderungen aktueller unternehmerischer Entwicklungen, wie zum Beispiel die Digitalisierung, auf die personalrelevanten Themen zu erkennen und verfügen über das methodische Wissen personalseitig relevante Maßnahmen zu erarbeiten und Umsetzungsvorschläge zu unterbreiten.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	interdisziplinär in unterschiedlichen Studiengängen auf Bachelor-Niveau verwendbares Modul

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Lebrecht, Christian: „Strategie und Personalmanagement: Konzepte und Instrumente zur Umsetzung im Unternehmen“ • Stock-Homburg, Ruth: „Handbuch Strategisches Personalmanagement“ • Granados, Alcira; Erhardt, Götz: „Corporate Agility Organization – Personalarbeit der Zukunft: Wertschöpfende Personalmanagementprozesse im Unternehmen verankern“ <p>Alle Publikationen in der jeweils aktuellen Auflage. Weitere Quellen werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.</p>

Modulbezeichnung	PM 28 - Wahlpflichtmodul I
Modulverantwortliche(r)	Abhängig vom gewählten Modul. Als Vertiefung können Module aus dem jeweils aktuell zur Verfügung stehenden Katalog wirtschaftswissenschaftlicher Online-Module der Hochschule Wismar gewählt werden. Über die Anerkennung von Modulen, die von anderen Einrichtungen der Hochschule Wismar oder von anderen Hochschulen im In- und Ausland angeboten werden, entscheidet der Prüfungsausschuss nach Anhörung der Studiengangsleitung.
Inhalte des Moduls	Abhängig vom gewählten Modul.
Qualifikationsziele des Moduls	Abhängig vom gewählten Modul.
ggf. Sprache	Deutsch / Englisch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Abhängig vom gewählten Modul.
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	PM 29 - Bachelor-Thesis inkl. Kolloquium
Modulverantwortliche(r)	Jeweils der Betreuer der Bachelor-Thesis
Inhalte des Moduls	<p>Es handelt sich um eine praxisbezogene theoretische Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen aus einem Teilgebiet des Bachelor-Studiums. Die Bachelor-Thesis sollte inhaltlich anspruchsvoll, wissenschaftlich theoretisch fundiert und zugleich praxisbezogen ausgerichtet sein. Mit Hilfe der Analyse und Auswertung aktueller Erkenntnisse des Fachgebietes, sollen die Studierenden auf der Basis ihres Wissens eigene Standpunkte aufstellen, Lösungsansätze entwickeln und diese in geeigneter Weise darstellen. Wesentlicher Inhalt des Kolloquiums ist die mündliche Präsentation der Inhalte und Ergebnisse der vorangegangenen Bachelor-Thesis der Studierenden. Im Anschluss an die mündliche Präsentation erfolgt eine Diskussion über eventuelle Unklarheiten oder Schwachstellen der Thesis sowie über themenübergreifende, das Studium betreffende Inhalte.</p> <p>Die Themenfindung der Bachelor-Thesis erfolgt in Absprache mit dem Betreuer unter Berücksichtigung folgender Punkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einordnung in den Studiengang • Umfang • wissenschaftlicher Anspruch • Praxisrelevanz • ausreichendes Vorhandensein entsprechender Literatur
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Der Anspruch eines Bachelor-Studiums ist es, neben der fachspezifischen Vermittlung von berufspraktischen Inhalten, Studierende zur selbstständigen wissenschaftlichen und interdisziplinären Recherche und Problemanalyse zu befähigen.</p> <p>Im Rahmen einer Bachelor-Thesis wird dokumentiert werden, ob die Studierenden in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein fachspezifisches Problem selbstständig mit dem im Studium erlernten Fach- und Methodenwissen nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten, einen Themenbereich vertieft zu analysieren und weiterentwickeln zu können sowie gewonnene Ergebnisse in die wissenschaftliche und fachpraktische Diskussion einzuordnen.</p> <p>Die Bachelor-Thesis wird durch das Kolloquium ergänzt. Im Rahmen des Kolloquiums wird festgestellt, ob die Studierenden in der Lage sind, die Ergebnisse ihrer Bachelor-Thesis in überzeugender Weise, unter Berücksichtigung der fachlichen Grundlagen und interdisziplinären Zusammenhänge, mündlich zu präsentieren und selbstständig zu begründen sowie ggf. die Bedeutung für die Praxis mit einzubeziehen. Ebenso erhalten die Studierenden die Möglichkeit auf eventuelle Unklarheiten und Schwachstellen ihrer Thesis einzugehen und diese richtig zu stellen.</p>

ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Schriftliche Abschlussarbeit und Referat mit anschließender Diskussion
Voraussetzung für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Für die Zulassung zur Bachelor-Thesis: Erwerb von mindestens 150 Credits • Für die Zulassung zum Kolloquium: Erwerb von mindestens 168 Credits
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelor-Thesis • Kolloquium (mündliche Verteidigung der Bachelor-Thesis)
Arbeitsaufwand	300 h Selbststudium
Leistungspunkte	12
Angebotsturnus	-
Dauer des Moduls	-
Literaturangaben	<p>Die zur Anfertigung einer Bachelor-Thesis benötigte Literatur ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren und zu besorgen. Dabei sollte auf Angemessenheit, Relevanz und Aktualität sowie auf eine ausreichende Bandbreite geachtet werden, um Vergleichbarkeit und Repräsentativität zu gewährleisten.</p> <p>Für das Kolloquium kann ggf. weiterführende, ergänzende Literatur zu Rate gezogen werden.</p>

Katalog WPM

Fernstudiengang Bachelor

Personalmanagement

(Vollzeit/Teilzeit)

Stand: März 2019

Inhalt:

WPM 1 - (e) Customer-Relationship-Management	3
WPM 2 - Entrepreneurship.....	5
WPM 3 - International Business.....	7
WPM 4 - Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie.....	9
WPM 5 - Marktforschung und Marketingplanung.....	11
WPM 6 - Wirtschaftsinformatik	13

Modulbezeichnung	WPM 1 - (e) Customer-Relationship-Management
Modulverantwortliche(r)	Dr. Jens Walter
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Relevanz und Grundlagen des Kundenbeziehungsmanagements • Informatorische Voraussetzungen eines Kundenbeziehungsmanagements • Neukundenakquisition im Kontext des Kundenbeziehungsmanagements • Kundenbindung im Kontext des Kundenbeziehungsmanagements • Kündigerprävention und -rückgewinnung im Kontext des Kundenbeziehungsmanagements • Trends im Kundenbeziehungsmanagement (Social CRM, Mobile CRM, Vendor Relationship Management, Extended-Relationship-Management) <p>Die Studierenden werden in die prozessuale Perspektive in Marketing, Vertrieb und Kundendienst eingeführt. Ihnen werden „best practises“ für optimierte kundengerichtet Prozesse aufgezeigt. Die Studierenden werden in die Paradigmen des CRM unter Bezugnahme auf die traditionellen Marketinglehren eingeführt.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden gewinnen eine übergreifende, prozessuale Sicht auf kundengerichtete Aktivitäten von Unternehmen und Organisationen. Sie verstehen die Bezüge zur Unternehmensführung. Sie kennen als zukünftige Entscheidungsträger die Konzepte einer kundenzentrierten Unternehmensführung und sind mit deren Instrumenten vertraut. Sie kennen die marktüblichen CRM-Programme und ihre Grundfunktionen und können die klassischen Funktionalitäten des CRM auf moderne Anwendungsgebiete des digitalen Zeitalters übertragen.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)

Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	WPM 2 - Entrepreneurship
Modulverantwortliche(r)	Stephan Beier, M.A.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Entrepreneurship und Unternehmertum • Unternehmerische Betätigung • Möglichkeiten zur Findung und systematischen Ableitung von Geschäftsideen • Unternehmensgründung • Businessplan • Geschäftsmodell • Finanzierung von Unternehmensgründungen • Umsetzung der Gründungsidee und Aufbau des Unternehmens in der Gründungs- und Wachstumsphase • Fallstudien zu Gründungs- und Wachstumsmanagement
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden lernen die theoretischen und praktischen Grundlagen zu den Themen Entrepreneurship und Unternehmertum kennen. Sie beschäftigen sich mit den Themen Selbständigkeit und Unternehmensgründung und werden an das unternehmerische Denken durch die Vermittlung von Zusammenhängen für unternehmerische Entscheidungen herangeführt.</p> <p>Sie sind in der Lage, verschiedene Möglichkeiten zur systematischen Ableitung von Geschäftsideen zu analysieren und aus einer Geschäftsidee einen Businessplan und ein Geschäftsmodell zu entwickeln. Sie kennen außerdem die Herausforderungen der Finanzierung von Unternehmensgründungen.</p> <p>Durch praxisnahe Lehre erhalten die Studierenden Einblick in die Herausforderungen, Risiken und Chancen einer unternehmerischen Betätigung. Ferner werden die nach der Gründung relevanten Aufgaben zum Aufbau des Geschäftsbetriebes und zum Wachstumsmanagement vermittelt.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL

Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	WPM 3 - International Business
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Helmut Kohlert
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Regionale Integration, Globalisierung und multinationale Unternehmen • Politische Systeme und Implikationen für internationale Managemententscheidungen • Ethische Fragestellungen und interkulturelle Faktoren • Einzel- und gesamtwirtschaftliche Aspekte von Auslandsdirektinvestitionen • Währungs- und Wechselkursmanagement • Internationales strategisches Management • Organisationsformen und Personalpolitik bei internationaler Geschäftstätigkeit • Markteintrittsstrategien und strategische Allianzen • Globale Produktionsnetzwerke, Outsourcing und International Supply Chain Management • Produktentwicklung und -vermarktung bei internationaler Geschäftstätigkeit
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden kennen die politischen, kulturellen und ökonomischen Rahmenbedingungen für internationale Managemententscheidungen. Sie sind in der Lage, die Vor- und Nachteile von Auslandsdirektinvestitionen aus verschiedenen Perspektiven zu benennen und zu bewerten.</p> <p>Die Studierenden können die Problemstellungen des Währungs- und Wechselkursmanagements qualitativ erläutern und einfache Aufgabenstellungen quantitativ lösen. Sie kennen verschiedene strategische Konzepte einer internationalen Unternehmenstätigkeit und können daraus Organisations-, Personal-, Markteintritts- und Kooperationsentscheidungen ableiten. Die Studierenden können die spezifischen Probleme der betrieblichen Leistungserstellung und -vermarktung bei internationaler Unternehmenstätigkeit erläutern.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung</p> <p>Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)</p> <p>Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL

Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	WPM 4 - Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie
Modulverantwortliche(r)	Dr. Hieronymus Sturm
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Psychologie des Konsumentenverhaltens: Gegenüberstellung theoretischer Forschungsansätze. Kurze Wiederholung quantitativer und qualitativer Methoden • Psychologie der Informationsverarbeitung: Funktionsweise menschlicher Informationsverarbeitung dargestellt an einem ausgewählten Modell, subliminale & automatische Wahrnehmung (mere exposure/ priming), Gestaltpsychologie (Gestaltgesetze), Aktivierung und Stufen der Manipulation • Aktivierende Prozesse des menschlichen Verhaltens: Wechselspiel aus Motivation, Motiv und Anreiz. Emotionen, Kognitionen und Einstellungen, Einstellungsmessung, Veränderung, klassische Konditionierung, Lernen von Gefühlen in der Werbung • Psychologie der Kaufentscheidungen: Der Mensch als nicht-rational handelndes Wesen. Entscheidungsfindung über Heuristiken und Urteilsverzerrungen. Affektive vs. kognitive Kaufentscheidungen, geschlechterspezifische Kaufentscheidungen, hybrides Kaufverhalten, allg. Entscheidungsmodelle (Totalmodelle vs. Phasenmodelle) • Psychologie der Medien und Auswirkungen medialer Auftritte auf Märkte und Konsumenten
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden haben nach dem Abschluss der Lehrveranstaltung „Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie“ Denk- und Entscheidungsprozesse von Menschen in ihren Rollen als Käufer und Konsumenten differenziert kennengelernt und können die kognitiven und emotionalen Aspekte genau benennen und bewerten. Eigene und fremde Entscheidungen werden danach so bewusst wahrgenommen, dass sie sensibel beeinflusst und gesteuert werden können.</p> <p>Die Studierenden haben ausreichende methodische Kompetenzen erworben, um die Triade Markt-Konsument-Medien anwendungsbezogen zu analysieren. Darüber hinaus verstehen sie die Zusammenhänge von Marketing und Vertrieb inklusive E-Commerce und deren Einbettung in den betriebswirtschaftlichen, soziologischen, ökonomischen, medialen und psychologischen Kontext. Ein wesentlicher Aspekt liegt dabei in der Umsetzung des Gelernten in die Praxis.</p> <p>Die Studierenden können praktische Untersuchungen zum Verhalten, zu Eigenschaften und Typologien von Konsumenten sowie zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung reflektiert interpretieren. Sie sind in der Lage, psychologisch fundierte Werbemaßnahmen in den behandelten Anwendungsfeldern zu konzipieren.</p>
ggf. Sprache	Deutsch

Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen) Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Felser, G. (2015). <i>Werbe- und Konsumentenpsychologie</i>. 4. Aufl. Berlin: Springer. • Foscht, T. / Swoboda, B. (2011). <i>Käuferverhalten. Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen</i>. 4. Aufl. Wiesbaden: Gabler / GWV. • Kotler, P., Keller, K. L., Opresnik, M. O. (2017). <i>Marketing-Management. Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien</i> 15. Aufl. München: Pearson. • Solomon, M.R. (2012). <i>Konsumentenverhalten</i>. 9. Aufl. München: Pearson. • Trommsdorff, V. (2004). <i>Konsumentenverhalten</i>. 6. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer. <p>(Es werden jeweils die aktuellen Auflagen verwendet.)</p>

Modulbezeichnung	WPM 5 - Marktforschung und Marketingplanung
Modulverantwortliche(r)	Dr. Jochen Schmid
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Einordnung der Begriffe Marktforschung und Marketingplanung in den Unternehmenskontext. Es werden Anwendungsfelder aufgezeigt und Beispiele aus der Praxis aufgegriffen. • Marktforschung: Das Modul beinhaltet die wesentlichen Grundlagen und Instrumente zum allgemeinen Aufbau einer Marktforschung und definiert die kritischen Faktoren. Hierbei stehen vor Allem die Möglichkeiten einer qualitativen und quantitativen Erhebung im Vordergrund. Dies beinhaltet neben dem grundsätzlichen Design primärer Marktforschung insbesondere die kritische Interpretation Sekundärer Marktforschung. • Marketingplanung: Die Komplexität einer dynamischen Unternehmensumwelt setzt eine entsprechend anspruchsvolle Marketingplanung voraus. Hierbei werden die grundlegenden Instrumente, der Ablaufplan, die theoretischen Grundlagen und die Integration in den institutionellen und organisatorischen Unternehmenskontext fokussiert. Dabei werden die zur Verfügung stehenden Ressourcen (z.B. finanzielle Mittel, personelle Kapazitäten und Kompetenzen, Kommunikationskanäle, etc.) ebenso berücksichtigt und evaluiert wie die einhergehende Interpretation oben genannter Marktforschungsergebnisse.
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage zwischen qualitativen und quantitativen Verfahren zu unterscheiden und deren Einsatzmöglichkeiten und Ziele der primären und im Besonderen der sekundären Marktforschung kritisch zu evaluieren.</p> <p>Weiterhin sind die Studierenden in der Lage, einen Marketingplan in den ersten Schritten zu skizzieren und unternehmerische Ziele dabei einzubringen. Der logisch-konsistente Aufbau des Marketingplans ist das Hauptmerkmal.</p> <p>Die Studierenden sind sich hierbei der klassischen Merkmale der Theorie als auch neuer Methoden digitaler Anwendungen und deren Grenzen (Chancen und Risiken) bewusst.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrone Online-Vorlesung</p> <p>Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien / Sprechstunden) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)</p> <p>Die Online-Tutorien setzen die Kenntnis der Studienunterlagen voraus und sollen durch eine schwerpunktmäßige Darstellung offene Fragen klären und durch Fallstudien und kleine Übungen Erfahrungsbeispiele geben.</p>

Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 Stunden synchrone Online-Veranstaltungen in Form von Tutorien / Sprechstunden; 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) 15., aktualisierte Auflage, Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik <p>(Verwendet werden jeweils die aktuellen Auflagen.)</p>

Modulbezeichnung	WPM 6 - Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan Seedorf
Inhalte des Moduls	<p>Einführung in die Wirtschaftsinformatik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Informatik • Informations- und Kommunikationssysteme • Systementwicklung • Betriebliche Anwendungssysteme • Informationsmanagement • E-Business • Fallbeispiel und Übungen
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind mit den Grundlagen des Aufbaus, der Gestaltung und des Betriebs von Systemen der computergestützten Informationsverarbeitung für betriebswirtschaftliche Aufgaben vertraut. Sie besitzen einen Überblick über die betriebswirtschaftlich relevanten IKT- und Anwendungssysteme und sind in der Lage deren Einsatzfähigkeit und deren Nutzen in betriebswirtschaftlichen Fragestellungen zu beurteilen und Konsequenzen für betriebliche Entscheidungen logisch zu begründen. In Gesprächen mit Informatikfachleuten sind die Studierenden in der Lage die Anforderungen an betriebswirtschaftliche Informationssysteme so zu kommunizieren, dass diese verstanden und effizient umgesetzt werden können. Ferner besitzen sie die Fähigkeit, auf der Grundlage dieses Moduls selbstständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Begleitung des Moduls durch 4 synchrone Live-Video-Tutorien mit einem ausgebildeten Tutor (Kontaktunterricht)</p> <p>Selbststudium anhand einer didaktisch aufbereiteten Lernunterlage mit Beispielen/Case Studies und asynchroner Online-Lehre anhand eines Online-Moduls mit kapitelweisen Testfragen</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h synchrone Live-Video-Tutorien; 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Jedes Semester (bei entsprechender Nachfrage)
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben