

Modulübersicht

Studiengang Mittelstandsmanagement (SPO30)

Inhaltsverzeichnis:

Führungskompetenz.....	1
Wissenschaftliche Methodik	3
Existenzgründung.....	5
KMU-Management & Praxistransfer	8
Mittelstand und Recht.....	10
Innovations- und Kooperationsmanagement	12
Portfoliomanagement	15
Relationship Marketing	17
Nachhaltige Erfolgssicherung	19
Informations- und Medienmanagement	22
Strategisches Management.....	25
Supply Chain Management	27
Alternative Finanzierungsformen in KMU	29



	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang Mittelstandsmanagement	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Veit Etzold	

Modul-Name		Führungskompetenz				Modul-Nr : 36001	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester <input type="checkbox"/> Sommersemester	1	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt		Einsatz in Studiengängen	
Master of Arts		PM - Pflichtmodul				Mittelstandsmanagement	
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht					
<u>Lernziele / Kompetenzen</u>							
<p>Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Teilschwerpunkt Studierende erhalten umfassende und spezialisierte Kompetenzen im Führungsbereich und können diese auf angrenzende Bereiche übertragen.</p> <p>Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Schwerpunkt Studierende kennen wesentliche psychologische Einflüsse und Komponenten der Führung (z.B. Fremd- und Selbstwahrnehmung, Wahrnehmungsfehler, Teamprozesse) und erlangen spezialisierte konzeptionelle Führungskompetenzen zur Lösung komplexer Problemfälle. Sie können typische Führungssituationen reflektieren, analysieren und entsprechende Verhaltensweisen ableiten.</p> <p>Ggf. besondere Methodenkompetenz: Schwerpunkt Studierende erkennen die Wichtigkeit von Kommunikation in der Führung. Sie erwerben die Fähigkeit, sich in unterschiedlichen Führungssituationen (Mitarbeitergespräche, Besprechungen etc.) kompetent und angemessen zu verhalten.</p>							
<u>Lehrinhalte</u>							
Grundlagen der Kommunikation in der Führung - Mitarbeitergespräche - Besprechungen und Besprechungsleitung - Wirtschaftspsychologische Aspekte der Führung - Team- und Teamprozesse - Führungsinstrumente - Workshop - Gesundheitsprävention als Führungskraft							
Zugangsvoraussetzung		Vorbereitung Teilnahme Modul: - Modul: -					

		Prüfung: Die Anmeldung für die Modulprüfung setzt die Teilnahme an der Lösung zweier Übungsaufgaben voraus					
Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36101	Führungskompetenz	Prof. Dr. Veit Etzold	V S	4	5	1	PLK 90 benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	PM - Pflichtveranstaltung		Mittelstandsmanagement				
Zugelassene Hilfsmittel		-					
Sprache		<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch					
Literatur		Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.					
Zusammensetzung der Endnote		Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.					
Bemerkungen / Sonstiges		Die Anmeldung für die Modulprüfung setzt die Teilnahme an der Lösung zweier Übungsaufgaben als Gruppenarbeit voraus. An der Veranstaltung können maximal 35 Studierende teilnehmen.					
Letzte Aktualisierung		05.03.2019 / Prof. Dr. Veit Etzold					



Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Studiengang Mittelstandsmanagement	Modulkoordinator Prof. Dr. Ralf-Christian Härting	Modulbeschreibung			

Modul-Name		Wissenschaftliche Methodik				Modul-Nr : 36002	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester <input type="checkbox"/> Sommersemester	1	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt		Einsatz in Studiengängen	
Master of Arts		PM - Pflichtmodul				Mittelstandsmanagement	
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Schwerpunkt

Studierende können Maximierungs-, Regressions- und/oder stichprobenbezogene Methoden anwenden. Sie sind in der Lage, Methoden abwägend zu vergleichen und eine dem Fall angepasste, optimale Wahl zu treffen. Sie sind in der Lage, die Signifikanz der Ergebnisse zu analysieren und evaluieren. Sie sind in der Lage, Ergebnisse quantitativer Forschung zu synthetisieren. Studierende sind in der Lage, quantitative und qualitative Modelle selbstständig auf Widerspruchfreiheit zu überprüfen.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Teilschwerpunkt

Fähigkeiten eigene Forschungsarbeiten durch ein entsprechendes Research Project Design zu planen, durchzuführen und darzustellen. Fähigkeit, die geeigneten Forschungsmethoden auswählen und anwenden zu können.

Ggf. besondere Methodenkompetenz: Schwerpunkt

- Sie können Methoden kritisch beurteilen
- Sie können eine Methodenauswahl für ihre Master-Thesis treffen
- Sie können in anderen Fächern eine statistische Anwendung kompetent vornehmen
- Studierende verstehen die Natur und Prinzipien wissenschaftlicher Forschung
- Sie kennen die wichtigsten qualitativen Methoden der Sozialwissenschaften
- Sie sind auch in der Lage, Methoden zu vergleichen
- Sie sind ferner in der Lage, sie in ihrer Nützlichkeit zu evaluieren und nach Abwägung ihrer Vor- und Nachteile die passende unter ihnen auszuwählen

Lehrinhalte

Forschungsmethodik:

- Grundlagen der Wissenschaft und Wissenschaftstheorie.
- Grundbegriffe wissenschaftlicher Forschung (Forschungsstrategie, Forschungsfrage, Forschungsdesign)
- Quantitative und Qualitative Methoden in den empirischen Sozialwissenschaften.
- Methoden der Primärforschung und Sekundärforschung
- Aufbereitung und Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse

Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung Teilnahme Modul: - Modul: - Prüfung: -
-----------------------------	---

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
--	--	--	--	--	--	--	--

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36102	Wissenschaftliche Methodik	Prof. Dr. Ralf-Christian Härting/ Christopher Reichstein	V P Ü	4	5	1	PLS benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	PM - Pflichtveranstaltung		Mittelstandsmanagement				

Zugelassene Hilfsmittel	-
--------------------------------	---

Sprache	<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
----------------	---

Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
------------------	--

Zusammensetzung der Endnote	Die Note setzt sich zusammen aus einer schriftlichen Ausarbeitung (PLS – semesterbegleitend).
------------------------------------	---

Bemerkungen / Sonstiges	-
--------------------------------	---

Letzte Aktualisierung	05.03.2019 / Prof. Dr. Ralf-Christian Härting
------------------------------	---



Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
Studiengang Mittelstandsmanagement	
Modulkoordinator Prof. Dr. René Niethammer	

Modul-Name		Existenzgründung				Modul-Nr : 36003	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester <input type="checkbox"/> Sommersemester	1 & 2	<input type="checkbox"/> 1 Semester <input checked="" type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt		Einsatz in Studiengängen	
Master of Arts		PM - Pflichtmodul				Mittelstandsmanagement	
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Schwerpunkt

In der Lehrveranstaltung „Existenzgründung“ werden den Teilnehmern vertieftes Wissen des unternehmerischen Denkens und der Gründung eines Start-Ups/Unternehmens vermittelt. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, sich in typische unternehmerische Fragestellungen hineindenken zu können und gründungsrelevante Aspekte und Anforderungen zu kennen, zu verstehen, zu entwickeln und zu beurteilen. Auch mögliche Risiken und Herausforderungen einer Gründung werden systematisch erarbeitet und evaluiert.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Teilschwerpunkt

Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig an einem Geschäftskonzept/Businessplan zu arbeiten, um Existenzgründungen vorzubereiten und zu realisieren.

Ggf. besondere Methodenkompetenz: Schwerpunkt

Die Teilnehmer sind am Ende der Veranstaltung in der Lage, den neuesten Erkenntnisstand von Start-Ups sowie Existenzgründungen zu kennen und ein entsprechendes unternehmerisches Konzept - ein Geschäftskonzept/Businessplan - zu entwickeln und zu beurteilen.

Lehrinhalte

- Grundlagen der Existenzgründung
 - 1.1 Gründe für die Existenzgründung
 - 1.2 Chancen und Risiken
 - 1.3 Formen der Existenzgründung
 - 1.4 Der „typische“ Existenzgründer?
 - 1.5 Gründungen durch Hochschulabsolventen
 - 1.6 Idealtypischer Ablauf einer Existenzgründung

- Das Geschäftskonzept/Businessplan
 - 2.1 Warum ein umfassendes Unternehmenskonzept?
 - 2.2 Elemente und inhaltlicher Aufbau
 - 2.3 Das Vorhaben/Executive Summary

2.4 Gründer und Team
 2.5 Das Produkt/die Dienstleistung und das Geschäftsmodell
 2.6 Der Markt und die Branche
 2.7 Marketing und Vertrieb, Absatzkonzeption
 2.8 Finanzen und Finanzierung
 2.9 Organisation und Anlagen

Praxis und Umsetzung
 3.1 Netzwerke und Partner
 3.2 Kreditinstitute
 3.3 Fördermittel, Risikokapital, Förderangebote
 3.4 Formalitäten
 3.5. Schutzrechte und Lizenzen

Erfolgskontrolle im Rahmen der Existenzsicherung
 4.1 Problemfelder
 4.2 Früherkennung
 4.3 Krisenmanagement

Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung Teilnahme Modul: - Modul: - Prüfung: -
-----------------------------	---

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung		Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36201	Existenzgründung		Prof. Dr. René Niethammer	V	4	5	1 & 2	PLP benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	PM - Pflichtveranstaltung			Mittelstandsmanagement				

Zugelassene Hilfsmittel	-
--------------------------------	---

Sprache	<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
----------------	--

Literatur	Arnold, Jürgen (1999): Existenzgründung: Von der Idee zum Erfolg!, 3., aktualisierte Auflage, Würzburg BMWI (2009) (Hrsg.), Starthilfe, Berlin. De, Dennis A. (2005), Entrepreneurship, München. Deutscher Sparkassenverlag (2005): Der Geschäftsplan – Basis für den Erfolg, Stuttgart Dieterle, Willi K./Winckler, E. (Hrsg.) (1990): Unternehmensgründung, München Felden, Birgit / Pfannenschwarz, Armin (2008), Unternehmensnachfolge, München. Held, Holger (2003): Existenzgründung, in: Hering, E./Frick, G.: Betriebswirtschaft in Fallbeispielen, München u.a., S. 464-476. Held, Holger/Ilg, Michael/Vogel, Joachim (2003): Gut beraten?! Ein Praxisleitfaden und Insidertipps für mittelständische Unternehmen, Aalen.
------------------	---

	<p>Manz, Nicole/Hering, Ekbert (2000), Existenzgründung und Sicherung: Vom Unternehmenskonzept zum erfolgreichen Unternehmen, Berlin u.a.</p> <p>Nagl, Anna (2006), Der Businessplan, Wiesbaden.</p> <p>Schmeisser, Wilhelm / Krimphove, Dieter / Nathusius, Klaus (Hrsg.) (2003): Handbuch Unternehmensnachfolge, Stuttgart</p> <p>Wien, Andreas (2009), Existenzgründung, München.</p>
Zusammensetzung der Endnote	<p>Die benotete Projektarbeit beinhaltet eine Präsentation und Dokumentation. Soweit durch die Dozenten nicht anders geregelt, besteht Anwesenheitspflicht. Dies gilt insbesondere für die erste Veranstaltung, da hier ggf. die Gruppeneinteilung und Themenvergabe erfolgt.</p> <p>Die Anmeldung für die Modulprüfung erfolgt zum Semesterende der letzten Veranstaltung des Moduls.</p>
Bemerkungen / Sonstiges	-
Letzte Aktualisierung	05.03.2019 / Prof. Dr. René Niethammer



	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang Mittelstandsmanagement	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Karl-Christof Renz	

Modul-Name		KMU-Management & Praxistransfer				Modul-Nr : 36004	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester <input type="checkbox"/> Sommersemester	1 & 2	<input type="checkbox"/> 1 Semester <input checked="" type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss			Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen	
Master of Arts			PM - Pflichtmodul			Mittelstandsmanagement	
Form der Wissensvermittlung			<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht				

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Teilschwerpunkt

In diesem Modul lernen die Teilnehmer, komplexe und spezielle Fragestellungen und Aufgaben zu lösen und Ihre bisherigen Kenntnisse in der Praxis anzuwenden. Dabei werden jeweils aktuelle Themen vorgegeben, die spezielle Fragestellungen eines mittelständischen Unternehmens zum Inhalt haben. Ersatzweise können auch praxisnahe Aufgaben gestellt werden, die einen Bezug zum Studiengang aufweisen.

Die Teilnehmer analysieren die aktuellen Fragestellungen und untersuchen die zugrundeliegenden Probleme.

Daraufhin entwerfen sie selbstständig Lösungsansätze und beurteilen deren Realisierung in der Praxis.

Schließlich wählen die Studierenden eine der erarbeiteten Alternativen aus, die sie für die Umsetzung empfehlen würden und setzen diese dann auch selbstständig um. Teilnehmer können mit speziellen Problemstellungen des Mittelstandsmanagements kompetent und selbstverantwortlich umgehen. Sie erfassen auftretende Probleme in ihrer Gesamtheit, analysieren diese, um darauf aufbauend eigene Lösungsvorschläge zu erstellen und auszuwählen. Sie sind in der Lage, einer Organisation bzw. einem Unternehmen – speziell einem mittelständischen Unternehmen – neue Impulse für die Lösung von komplexen Problemen zu geben und diese praxisnah umzusetzen.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Schwerpunkt

Die Bearbeitung erfolgt in kleinen Gruppen. Bei der Gruppenarbeit werden neben sozialen Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit und Teamfähigkeit auch Selbstständigkeit und Eigeninitiative gefordert. Auch Kreativität kommt bei der Erarbeitung der Lösungsvorschläge zum Einsatz. Präsentationsfähigkeiten werden bei der Vorstellung der Lösungsvorschläge eingesetzt.

Ggf. besondere Methodenkompetenz: Schwerpunkt

In diesem Modul sollen die Teilnehmer lernen, komplexe und spezielle Fragestellungen und Aufgaben zu lösen und eine Transferleistung Ihrer bisherigen Kenntnisse in die Praxis zu erbringen. Dabei werden jeweils aktuelle Themen vorgegeben, die spezielle Fragestellungen eines mittelständischen Unternehmens oder des Studienganges Mittelstandsmanagement zum Inhalt haben. Die Teilnehmer sollen lernen, sich mit diesen aktuellen Fragestellungen auseinander zu setzen, die zugrundeliegenden Probleme zu analysieren, zu durchschauen und selbstständig Lösungen für diese Problemstellungen zu finden. Dabei bearbeiten die Studierenden verschiedene Aufgaben und Fragestellungen weitgehend selbstständig und lernen in kleinen Gruppen Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Sie erproben darüber hinaus eine eigene „Expertenrolle“ bei den jeweiligen aktuellen Themenstellungen durch Wissensvermittlung an andere Teilnehmer.

Lehrinhalte	
Aktuelle Problemstellungen z.B. im Bereich - Organisation - Management - Unternehmensführung - Personalmanagement - Wissensmanagement - Prozessmanagement - Bildung und Ausbildung Neben der Erstellung von Lösungsvorschlägen für die gegebenen Themen gehört auch die Erarbeitung des jeweiligen theoretischen Grundlagenwissens dazu, um die Transferleistung zwischen Theorie und Praxis zu gewährleisten.	
Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung Teilnahme Modul: - Modul: - Prüfung: -

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36202	KMU-Management & Praxistransfer	Prof. Dr. Karl-Christof Renz	V Ü P	4	5	1 & 2	PLP benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	PM - Pflichtveranstaltung		Mittelstandsmanagement				
Zugelassene Hilfsmittel		-					
Sprache		<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch					
Literatur		Wird in der Vorlesung bekanntgegeben					
Zusammensetzung der Endnote		Lösung der Projektaufgabe und ggf. Durchführung, Präsentation und ggf. Bericht (abhängig von der Aufgabenstellung, wird jeweils am Semesteranfang bekannt gegeben). Soweit durch die Dozenten nicht anders geregelt, besteht Anwesenheitspflicht. Dies gilt insbesondere für die erste Veranstaltung, da hier ggf. die Gruppeneinteilung und Themenvergabe erfolgt. Die Anmeldung für die Modulprüfung erfolgt zum Semesterende der letzten Veranstaltung des Moduls.					
Bemerkungen / Sonstiges		-					
Letzte Aktualisierung		05.03.2019 / Prof. Dr. Karl-Christof Renz					



	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang Mittelstandsmanagement	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Ralf-Christian Härting	

Modul-Name		Mittelstand und Recht				Modul-Nr : 36005	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input type="checkbox"/> Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester	2	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss			Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen	
Master of Arts			PM - Pflichtmodul			Mittelstandsmanagement	
Form der Wissensvermittlung			<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht				

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Schwerpunkt

Das Modul Mittelstandsrecht vermittelt vertiefte Kenntnisse für die Vertriebsorganisation im Mittelstand, für den Umgang mit Unternehmen in der Krise sowie für das Familien- und Erbrecht.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Teilschwerpunkt

Durch die eigenständige Bearbeitung von Praxisfällen wird das selbständige Erarbeiten rechtlicher Fragestellungen fokussiert. Zugleich wird dadurch die Verwendung der Subsumtionstechnik weiter vertieft.

Ggf. besondere Methodenkompetenz: Teilschwerpunkt

Ziel ist es, das Verständnis für die rechtlichen Vorschriften zu vermitteln und diese in Fallstudien zur Anwendung zu bringen, damit die Studierenden in die Lage versetzt werden in Entscheidungssituationen eine Basisanalyse vorzunehmen und um diese entsprechend richtig beurteilen zu können.

Lehrinhalte

Folgende Lehrinhalte werden aus den Themengebieten "Familien-und Erbrecht" sowie "Vertriebsorganisation/Unternehmen in der Krise" durch das Modul abgedeckt:

1. Vertriebsorganisation im Mittelstand
 - a) Handelsvertreter (Vertiefung)
 - b) Franchising
 - c) Online-Vertrieb
2. Unternehmen in der Krise
 - a) Insolvenzrecht – Überblick Regelinsolvenz
 - b) Insolvenzplan
 - c) Eigenverwaltung
 - d) Restschuldbefreiung
 - e) Kleinverfahren (incl. Verbraucherinsolvenzverfahren)

3. Familienrecht a) Familienrechtliche Grundverhältnisse b) Eheliches Güterrecht 4. Erbrecht a) Gesetzliche Erbfolge b) Testament c) Erbvertrag e) Pflichtteilsrecht	
Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung Teilnahme Modul: - Modul: - Prüfung: -

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen								
Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung		Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36203	Mittelstand und Recht		Peter Freimuth/ Eva Mayr	V Ü	4	5	2	PLK 90 benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	PM - Pflichtveranstaltung			Mittelstandsmanagement				
Zugelassene Hilfsmittel		Gesetzestexte						
Sprache		<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch						
Literatur		Kramer, Ralph, Peter, Frank: Insolvenzrecht – Grundkurs für Wirtschaftswissenschaftler, aktuelle Auflage, Springer/Gabler. Zerres, Thomas; Zerres, Michael: Vertriebsrecht, 2013, Rainer Hampp Verlag. Werner, K.; Tischler, P.: Familien- und Erbrecht, aktuelle Auflage, C.H. Beck.						
Zusammensetzung der Endnote		Die Prüfung (Klausur) des Moduls besteht aus 2 Teilen mit dem Umfang von insgesamt 90 Minuten geprüft. Die maximal mögliche Gesamtpunktzahl beträgt 90 Punkte, wobei jeder Prüfungsteil (Teil Hr. Freimuth/ Teil Fr. Mayr) 45 Punkte umfasst. Die Gesamtnote errechnet sich aus der Addition der Punktzahl der beiden Klausurteile. Die Klausur gilt unabhängig von der Punktzahl insgesamt nur als bestanden, wenn in jedem Teil der Klausur zumindest 15 Punkte erreicht werden.						
Bemerkungen / Sonstiges		-						
Letzte Aktualisierung		05.03.2019 / Prof. Dr. Jürgen Stiefl						



Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
Studiengang Mittelstandsmanagement	
Modulkoordinator Prof. Dr. René Niethammer	

Modul-Name		Innovations- und Kooperationsmanagement				Modul-Nr : 36006	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester <input type="checkbox"/> Sommersemester	1	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss			Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen	
Master of Arts			PM - Pflichtmodul			Mittelstandsmanagement	
Form der Wissensvermittlung			<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht				

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Schwerpunkt
 Die Studierenden erlangen weitreichende und vertiefte Kenntnisse der Bedeutung von Kooperationen und Innovationen für Unternehmen. Sie lernen die verschiedensten Arten des Kooperations- sowie Innovationsmanagements kennen und erlangen spezialisiertes Wissen über unterschiedliche Kooperationsformen und deren Entwicklung sowie über die Gestaltungs- und Führungsmöglichkeiten kooperativer Systeme. Darüber hinaus erhalten die Studierenden erweitertes Wissen über Innovationsprozesse und über die Entwicklung von Innovationen und Geschäftsmodellen im Allgemeinen. Mit erlerntem Werkzeug und Methodenkenntnissen - insbesondere zur Ideen- und Geschäftsmodellentwicklung - sind sie in der Lage in der jeweiligen Phase des Innovationsmanagementprozesses Strategien zu entwickeln.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Schwerpunkt
 Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig und auch in kreativen Teams zu arbeiten, um eine Innovationskultur in Unternehmen zu generieren und zu stimulieren. Der Studierende kann Rahmenbedingungen und Antriebskräfte von Kooperationen eigenständig unterscheiden, Formen und Entwicklungen von Kooperationen aufzeigen und Organisationsformen selbst entwickeln und beurteilen.

Ggf. besondere Methodenkompetenz: Teilschwerpunkt
 Der Studierende kann die Innovationsprozesse verstehen, bestehende Innovationsprozesse analysieren, systematisieren und verbessern, einen Innovationsprozess im Unternehmen implementieren und die geeigneten Methoden des Innovationsmanagements problemadäquat entwickeln und beurteilen.

Lehrinhalte

- Unternehmenskooperation/ Netzwerke:
- Technologie- und Innovationsmanagement
 - Invention und Innovation, Strategisches und operatives Innovationsmanagement
 - Strategisches und operatives Kooperationsmanagement
 - Innovations- und Kooperationsarten
 - Innovations- und Kooperationsstrategien
 - Kooperationen in ausgewählten Wertschöpfungsbereichen

- Innovationsmanagement:
- Initiierung des Innovationsprozesses
 - Gewinnung von neuen Ideen
 - Design-Thinking
 - Geschäftsmodellentwicklung/Business-Model-Generation
 - Bewertung der Ideen und Geschäftsmodelle
 - Idee- und Geschäftsmodellrealisierung
 - Markteinführung
 - Innovationscontrolling
 - Erfolgsfaktoren von Innovationen und Geschäftsmodellen

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul: -
 Modul: -
 Prüfung: -

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36103	Innovations- und Kooperationsmanagement	Prof. Dr. René Niethammer	V	4	5	1	PLK 120 benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	PM - Pflichtveranstaltung		Mittelstandsmanagement				

Zugelassene Hilfsmittel

-

Sprache

- Deutsch Englisch Spanisch Französisch
 Chinesisch Portugiesisch Russisch

Literatur

Unternehmenskooperation/ Netzwerke:

Balling, Richard: Kooperation: Strategische Allianzen, Netzwerke, Joint Ventures und andere Organisationsformen zwischenbetrieblicher Zusammenarbeit in Theorie und Praxis, 2. Auflage, Frankfurt a. M., 1998.

Sydow, Joachim: Strategische Netzwerke: Evolution und Organisation, Wiesbaden, Gabler, 1992.

Zentes, Joachim, Swoboda, Bernhard, Morschett, Dirk: Kooperationen, Allianzen und Netzwerke, 1. Auflage, Wiesbaden, Gabler, 2003.

Innovationsmanagement:

Vahs, Dietmar; Burmester, Ralf: Innovationsmanagement - Von der Produktidee zur erfolgreichen Vermarktung; 3. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag, 2005.

Hauschildt, Jürgen; Salomo, Sören: Innovationsmanagement, 4. Auflage, München: Vahlen Verlag 2007.

	<p>Specht, G, Beckmann, C., Amelingmeyer, J.: F&E-Management – Kompetenz im Innovationsmanagement; 2. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag, 2002.</p> <p>Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves: Business Model Generation – Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer; 1. Auflage, Frankfurt am Main: Campus Verlag 2011</p> <p>Osterwalder; Pigneur; Bernarda; Smith: Value Proposition Design; 1. Auflage, Frankfurt am Main: Campus Verlag 2015</p> <p>Blank, Steve; Dorf, Bob: Das Handbuch für STARTUPS – Schritt für Schritt zum eigenen Unternehmen; 1. Auflage, Heidelberg: dpunktverlag GmbH 2014</p> <p>Stähler, Patrick: Das richtige Gründen – Werkzeugkasten für Unternehmer; 2. Auflage, Hamburg: Murrmann Publishers GmbH 2016</p> <p>Maurya, Ash: Running Lean – Das How-to für erfolgreiche Innovationen; 1. Auflage 2013, Heidelberg: dpunktverlag GmbH 2013</p> <p>Gerstbach, Ingrid: Design Thinking im Unternehmen; 1. Auflage, Offenbach: Gabal Verlag 2016</p> <p>Lewrick; Link; Leifer: Das Design Thinking Playbook; 1. Auflage, München: Verlag Franz Vahlen 2017</p> <p>Uebornickel; Brenner; Pukall; Naef; Schindlholzer: Design Thinking – Das Handbuch; 1. Auflage, Frankfurt am Main: Frankfurter Societäts-Medien GmbH 2017</p>
<p>Zusammensetzung der Endnote</p>	<p>Das Modul wird mit einer schriftlichen Klausur abgeprüft (Klausurdauer 120 min). Zulassung zur Modulprüfung ist das erfolgreiche Bearbeiten von Fallstudien in den einzelnen Vorlesungseinheiten.</p> <p>Alternativ kann die Prüfung auch seitens des Dozenten durch die Bearbeitung und Benotung eines Industrie-/Praxisprojektes (nach Verfügbarkeit) in Teams über das laufende Semester ersetzt werden. Dies wird zu Beginn des Semesters mit den Studierenden abgestimmt.</p> <p>Soweit durch die Dozenten nicht anders geregelt, besteht Anwesenheitspflicht. Dies gilt insbesondere für die erste Veranstaltung, da hier ggf. die Gruppeneinteilung und Themenvergabe erfolgt.</p> <p>Die Anmeldung für die Modulprüfung erfolgt zum Semesterende der letzten Veranstaltung des Moduls.</p>
<p>Bemerkungen / Sonstiges</p>	<p>-</p>
<p>Letzte Aktualisierung</p>	<p>05.03.2019 / Prof. Dr. René Niethammer</p>



Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
Studiengang Mittelstandsmanagement	
Modulkoordinator Prof. Dr. Eugen May	

Modul-Name		Portfoliomanagement				Modul-Nr : 36007	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input type="checkbox"/> Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester	2	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt		Einsatz in Studiengängen	
Master of Arts		WPM - Wahlpflichtmodul				Mittelstandsmanagement	
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Schwerpunkt

Studierende entwickeln die Fähigkeit und Bereitschaft Aufgaben und Problemstellungen eigenständig, fachlich angemessen und methodengeleitet zu bearbeiten und das Ergebnis zu beurteilen. Insbesondere wird die Fähigkeit zur Modellierung und Lösung von Entscheidungen über Finanzinvestitionen in KMU fokussiert. Darüber hinaus erlernen die Studierenden die Fähigkeit zur Auswahl geeigneter Entscheidungsmethoden sowie die Fähigkeit zur kritischen Reflektion der Ergebnisse, um entsprechende Entscheidungen eigenständig treffen zu können.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Teilschwerpunkt

Studierende entwickeln im Speziellen die Kompetenz und Bereitschaft, sich weiterzuentwickeln und das eigene Leben eigenständig und verantwortlich im jeweiligen sozialen, kulturellen bzw. beruflichen Kontext zu gestalten. Sie bauen in diesem Modul ihre Fähigkeit zur Lösung von Übungsaufgaben im Team mit mehreren Studenten weiter aus und vertiefen ihre Fähigkeit zur fachlichen Diskussion bezüglich der zu realisierenden Finanzinvestitionen. In gemeinsamen Präsentationen stärken die Studierenden ihre Fähigkeit Investitionsvorschläge für Finanzinvestitionen überzeugend vorzutragen.

Ggf. besondere Methodenkompetenz: Teilschwerpunkt

Die Studierenden erhalten einen Gesamtüberblick und vertiefte Kenntnisse über die wichtigsten Formen der Finanzinvestitionen (Vermögensanlagen) und die mit ihnen verbundenen Risiken. Die Teilnehmer versetzen sich in die Lage, Entscheidungen über Finanzinvestitionen von KMU und KMU-Eigentümer vorbereiten zu können. In diesem Zusammenhang lernen die Studierenden Entscheidungsmethoden und Modelle kennen, die sie am Ende des Moduls anwenden und beherrschen können. Studierende kennen weitere Gründe für unterschiedliche Investitionsentscheidungen.

Lehrinhalte

- Grundlagen der Finanzinvestitionen (Börse; Finanzmanagement, Anlageziele und Anlagekriterien)
- Gründe für Investitionsentscheidungen
- Vertiefte Finanzinvestitionen (Aktien, Geldmarkt und Devisen, Anleihen, Derivate, Investmentfonds)
- Anlagestrategien (Theorie)

- Praxis der Finanzinvestitionen
- Praxis der Anlagestrategien
- Börsenspiel, Analystenkonferenz .

Zusätzlich werden auf aktuelle Themen der Finanzinvestitionen und deren Bedeutung für KMU eingegangen (u.a. auch von Gastreferenten aus der Praxis). Änderungen und Anpassungen an aktuelle Entwicklungen sind möglich!

Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung Teilnahme Modul: - Modul: - Prüfung: -
-----------------------------	---

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36204	Portfoliomanagement	Prof. Dr. Eugen May	V Ü	4	5	2	PLM 15 benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WPM - Wahlpflichtveranstaltung		Mittelstandsmanagement				
Zugelassene Hilfsmittel		-					
Sprache		<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch					
Literatur		Wird in der Vorlesung bekannt gegeben.					
Zusammensetzung der Endnote		-					
Bemerkungen / Sonstiges		Die Anmeldung für die mündliche Modulprüfung setzt die Durchführung eines Referats voraus. Die Regularien zum Referat werden in der Vorlesung festgelegt.					
Letzte Aktualisierung		05.03.2019 / Prof. Dr. Eugen May					



Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
Studiengang Mittelstandsmanagement	
Modulkoordinator Prof. Dr. Veit Etzold	

Modul-Name		Relationship Marketing				Modul-Nr : 36008	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input type="checkbox"/> Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester	1	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Master of Arts		WPM - Wahlpflichtmodul			Mittelstandsmanagement		
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Schwerpunkt

Die Studierenden erhalten ein umfassendes und detailliertes Wissen in der Konzeptionierung des Relationship Marketing (RM). Darüber hinaus lernen die Studierenden grundlegende Fragen der Analysephase, die strategischen und operativen Gestaltungsoptionen sowie die Besonderheiten der Implementierungs- und Kontrollphase des RM kennen und können diese auf weitergehende Problemstellungen übertragen und selbstständig lösen.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Teilschwerpunkt

Die Studierenden bearbeiten in Gruppen Fallstudien und erhalten so einen tiefen Einblick in die institutionellen Besonderheiten des RM. Sie entwickeln und bearbeiten eigenständig Fragen des praktischen Einsatzes des RM in verschiedenen Branchen und Unternehmen.

Ggf. besondere Methodenkompetenz: Teilschwerpunkt

Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Sachverhalte mithilfe auf Nachhaltigkeit ausgelegter, betriebswirtschaftlicher Analyse- und Konzeptionsmethoden eigenständig und in Gruppen zu lösen und diese überzeugend zu präsentieren.

Lehrinhalte

Nach einer kurzen Einführung in das Relationship Marketing (RM) und Kundenmanagement werden insbesondere die Grundlagen und Nutzen der Kundenbindung diskutiert. Die praktischen Anwendungsmöglichkeiten verschiedener Kundenbindungsinstrumente werden an Beispielen verschiedener Branchen und Unternehmen demonstriert und kritisch überprüft.

Die Veranstaltung basiert daneben auf einer Reihe von Fallstudien zur praktischen Anwendung verschiedener Kundenbindungsinstrumente in der Unternehmenspraxis. Diese werden v.a. von den Studierenden (in Absprache) selbst entwickelt, bearbeitet, bewertet und präsentiert.

Aufbau der Veranstaltung:

- Grundlagen und Theorien des RM

- Konzeptionierung des RM
- Analysephase des RM
- Strategische und operative Gestaltungsoptionen des RM
- Implementierung und Kontrolle
- Fallstudien

Eine wichtige Rolle spielt zudem das Key Account Management und dabei gegenwärtige Erkenntnisse des Neuromarketings und des Storytellings, insbesondere im Vertrieb und Verkauf von komplexen oder erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen.

Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung Teilnahme Modul: - Modul: - Prüfung: -
-----------------------------	---

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
---	--	--	--	--	--	--	--

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung		Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36104	Relationship Marketing		Prof. Dr. Veit Etzold	V P	4	5	2	PLP benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WPM - Wahlpflichtveranstaltung			Mittelstandsmanagement				

Zugelassene Hilfsmittel	-
--------------------------------	---

Sprache	<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
----------------	--

Literatur	Bruhn, M. (2013): Relationship Marketing: das Management von Kundenbeziehungen, 3. Auflage, München, Vahlen. Häusel, H. G. (2013). <i>Kauf mich!: Wie wir zum Kaufen verführt werden</i> . Haufe-Lexware. Häusel, H. G. (2014). Neuromarketing: Erkenntnisse der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf (Vol. 68). Haufe-Lexware. Etzold, V. (2016). "Der weiße Hai" im Weltraum: Storytelling für Manager. John Wiley & Sons.
------------------	---

Zusammensetzung der Endnote	Die Endnote setzt sich aus mehreren Teilleistungen innerhalb des Projektes zusammen. Die konkrete Zusammensetzung wird in der Veranstaltung bekannt gegeben und besprochen.
------------------------------------	---

Bemerkungen / Sonstiges	Soweit durch die Dozenten nicht anders geregelt, besteht Anwesenheitspflicht. Dies gilt insbesondere für die ersten Veranstaltungen, da hier die Gruppeneinteilung/Themenvergabe der Fallstudien erfolgt. An der Veranstaltung können maximal 35 Studierende teilnehmen. Die Anmeldung für die Modulprüfung erfolgt zum Semesterende der letzten Veranstaltung des Moduls.
--------------------------------	--

Letzte Aktualisierung	05.03.2019 / Prof. Dr. Etzold
------------------------------	-------------------------------

	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang Mittelstandsmanagement	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Jörg Büechl	

Modul-Name		Nachhaltige Erfolgssicherung				Modul-Nr : 36009	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input type="checkbox"/> Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester	2	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Master of Arts		WPM - Wahlpflichtmodul			Mittelstandsmanagement		
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht					

<u>Lernziele / Kompetenzen</u>
<p>Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Schwerpunkt Die Norm IATF 16949 vereint existierende allgemeine Forderungen an Qualitätsmanagementsysteme der nordamerikanischen und europäischen Automobilindustrie und steht somit für eine nachhaltige Erfolgssicherung. Über 30 Prozent der mehr als 100 existierenden Autohersteller schließen sich diesen harmonisierten Forderungen der neun IATF-Mitglieder (BMW, Chrysler, Daimler, Fiat, Ford, General Motors, PSA, Renault, VW) an, um die Qualitätsmanagementsysteme ihres Konzerns und ihrer Lieferanten zu definieren. Insofern werden in Deutschland seit 2017 ein überwiegender Teil der mittelständischen Automobilzulieferer auf jährlicher Basis gegen diese Norm auditiert. Einer der zentralen Aspekte dieser Norm ist die Sicherstellung eines strukturierten Kompetenzmanagements, welches die hinreichende Qualifikation aller am Produkt arbeitenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewährleistet und somit den nachhaltigen Erfolg sicherstellt. Dieses Seminar ist in diesem Semester als wissenschaftliches Seminar konzipiert, als dass die Studierenden auf qualitativer Basis (in Form von Interviews) mittelständische Unternehmen in Bezug auf deren Kompetenzmanagement befragen, die Daten auswerten, in existierende Literatur einbetten und in Form einer Gruppenarbeit einen Artikel verfassen. Somit sind Studierende nach anfänglicher Einarbeitung durch den Dozenten dazu in der Lage, Problemstellungen aus wissenschaftlicher und praxisorientierter Perspektive zu analysieren und zu bearbeiten, Interviewleitfäden zu entwickeln sowie Interviews durchzuführen, deren Ergebnisse auszuwerten und diese in Abgleich mit bisheriger Forschung als wissenschaftlichen Artikel auszuarbeiten.</p> <p>Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Teilschwerpunkt Die Studierenden lernen eigenständig in Gruppen Problemstellungen zu erarbeiten, können komplexe Aufgabenstellungen bewältigen und ihre Ergebnisse verschriftlichen und in Präsentationen überzeugend vertreten.</p> <p>Ggf. besondere Methodenkompetenz: Schwerpunkt Studierende lernen eigene Forschungsarbeiten durch ein entsprechendes Projektdesign zu planen und durchzuführen. Studierende lernen insbesondere einschlägige Literatur zu identifizieren, qualitative Forschungsmethoden zielsicher anzuwenden und wissenschaftliche Ergebnisse aufzubereiten und darzustellen. Insofern bietet dieses Seminar eine solide Grundlage für die Erstellung einer empirisch ausgerichteten Masterarbeit.</p>

Lehrinhalte

- Grundlagen der Wissenschaft und Wissenschaftstheorie
- Grundbegriffe wissenschaftlicher Forschung
- Qualitative Methoden in den empirischen Sozialwissenschaften
- Erstellung eines Interviewleitfadens
- Transkriptionsregeln
- Analyse qualitativer Daten
- Schreibmethoden qualitativer Sozialforschung

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul: -
 Modul: -
 Prüfung: -

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36205	Nachhaltige Erfolgssicherung	Prof. Dr. Jörg Buechl	V Ü P	4	5	2	PLP benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WPM - Wahlpflichtveranstaltung		Mittelstandsmanagement				

Zugelassene Hilfsmittel

-

Sprache

- Deutsch Englisch Spanisch Französisch
 Chinesisch Portugiesisch Russisch

Literatur

- Bryman, A. & Bell, E. (2007). Business Research Methods. Oxford Verlag.
- Gläser, J. & Laudel, G. (2010). Experteninterviews und qualitative Inhaltsangabe. VS Verlag.
- Küstners, I. (2009). Narrative Interviews. VS Verlag.
- Kruse, J. (2015). Qualitative Interviewforschung. Beltz Juventa Verlag.
- Misoch, S. (2015). Qualitative Interviews. DE Gruyter Oldenburg Verlag.

Zusammensetzung der Endnote

Die Modulprüfungsleistung besteht aus einer Projektarbeit. Die Studierenden haben in gemeinschaftlicher Arbeit einen wissenschaftlichen Artikel basierend auf den von ihnen erhobenen Daten zu verfassen und die Ergebnisse zu präsentieren.

	<p>Insbesondere für die erste Veranstaltung besteht Anwesenheitspflicht, da hier ggf. die Gruppeneinteilung und Themenvergabe erfolgt. Aufgrund der Komplexität des Themas wird versucht ein Tag für die Veranstaltung im ersten Drittel des Semesters zu blocken, um schnellstmöglich die Grundlagen zu vermitteln und die Studierenden somit für die Planung und Durchführung ihres Projekts zu befähigen.</p>
Bemerkungen / Sonstiges	<p>Die Durchführung der Veranstaltung setzt voraus, dass mindestens 6 Studierende an der Veranstaltung teilnehmen.</p>
Letzte Aktualisierung	<p>05.03.2019 / Prof. Dr. Jörg Büechl</p>



Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
Studiengang Mittelstandsmanagement	
Modulkoordinator Prof. Dr. Ralf-Christian Härting	

Modul-Name		Informations- und Medienmanagement				Modul-Nr : 36010	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input type="checkbox"/> Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester	1	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt		Einsatz in Studiengängen	
Master of Arts		WPM - Wahlpflichtmodul				Mittelstandsmanagement	
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Schwerpunkt

Die Veranstaltung bereitet die Studierenden auf zukünftige Herausforderungen im Bereich des betrieblichen Medienmanagement vor. Den Teilnehmern wird ein vertieftes Verständnis von Online-Marketing im Mittelstand vermittelt. Sie lernen konkrete Fragestellungen aus dem Online-Marketing strukturiert zu analysieren und systematisch Lösungen zu erarbeiten. Das Erlernte soll dabei durch praxisnahe Fallbeispiele und studentische Projekte weiter vertieft werden.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Teilschwerpunkt

Das Erlernte wird durch praxisnahe Fallbeispiele und studentische Projekte weiter vertieft. Studierende erhalten ein umfassendes Verständnis für die besonderen Probleme kleiner und mittlerer Unternehmen.

In Gruppenarbeiten bauen die Studierende Ihre Team-, Präsentations- und Problemlösungsfähigkeit weiter aus und erhalten spezialisierte Fähigkeiten im Projektmanagement.

Ggf. besondere Methodenkompetenz: Teilschwerpunkt

Das Modul fördert gezielt die fachliche Entwicklung, in dem methodische Konzepte des Medienmanagement erlernt und angewendet werden.

Lehrinhalte

The module consists of two parts:

1. Instruments of Digital Marketing:

In this lecture the contents of Digital Marketing will be dealt with intensively. For this, the students work on self-selected approaches and instruments of online marketing.

2. Concepts of media management:

The focus of this lecture is working on research projects and on new approaches of digitization of what has been learned so far.

Part 1 of the module is preceded by a theory section that teaches the basics of digital marketing in the form of a lecture. The framework are five lessons, as the following outline illustrates:

- I. Basics
- II. Importance of Digital Marketing
- III. Framework factors of Digital Marketing
- IV. Instruments of Digital Marketing
- V. New Approaches to Digital Marketing

Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung Teilnahme Modul: Wissenschaftliche Methodik Modul: - Prüfung: -
-----------------------------	--

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
--	--	--	--	--	--	--	--

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36206	Informations- und Medienmanagement / Information and New Media Management	Prof. Dr. Ralf-Christian Härting	V P	4	5	1	PLR + PLP benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WPM - Wahlpflichtveranstaltung		Mittelstandsmanagement				
Zugelassene Hilfsmittel		-					
Sprache		<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch					
Literatur		<p>Härting, R. (2017): Digitalisierung und Smart Service World – Potenziale und internetbasierte Dienste am Beispiele Marketing, in: Borgmeier, A. / Grohmann, A. / Gross, S. (2017): Smart Services und Internet der Dinge: Geschäftsmodelle, Umsetzung und Best Practices, München 2017, Carl Hanser Verlag</p> <p>Härting, R. (Hrsg) (2016): Industrie 4.0 und Digitalisierung – Innovative Geschäftsmodelle wagen! Tagungsband, 8. Transfertag, BOD Norderstedt 2016</p> <p>Härting, R./ Mohl, M./ Steinhauser, P./ Möhring, M. (2016): Search engine visibility indices versus visitor traffic on websites. In: Abramowicz, W. / Kokkinaki, A. (2016): 19th. International Conference on Business Information Systems, Lecture Notes in Business Information Processing, Springer 2016</p> <p>Vertiefende Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>					
Zusammensetzung der Endnote		1/3 Referat, 2/3 Projekt					
Bemerkungen / Sonstiges							

	Der Kurs kann in der Teilnehmerzahl begrenzt werden. Über die Aufnahme entscheidet die Vorqualifikation im Fach E-Business (E-Commerce) oder alternativ in der Wirtschaftsinformatik.
Letzte Aktualisierung	05.03.2019 / Prof. Dr. Ralf-Christian Härting



 Hochschule Aalen	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang Mittelstandsmanagement	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Veit Etzold	

Modul-Name		Strategisches Management				Modul-Nr : 36011	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input type="checkbox"/> Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester	2	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss			Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen	
Master of Arts			WPM - Wahlpflichtmodul			Mittelstandsmanagement	
Form der Wissensvermittlung			<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht				

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“):

Schwerpunkt

Die Teilnehmer erhalten ein umfassendes und detailliertes Wissen über die Grundlagen, theoretische Perspektiven und den Prozess des Strategischen Managements sowie den Stand der empirischen Strategieforschung. Ferner kennen sie die gängigen Instrumente der strategischen Analyse, die Grundprinzipien und gängigen Methoden der Strategieentwicklung und -bewertung, insbesondere der strategischen Positionierung wie auch die Grundlagen und Instrumente der Strategieimplementierung und -kontrolle. Die Teilnehmer können reale und konkrete Problemstellungen insbesondere von mittelständischen Unternehmen analysieren. Sie lernen innerhalb der Bearbeitung einer oder mehrerer Fallstudien die auf die Generierung und den Erhalt von Erfolgspotenzialen ausgerichtete Planung eines (mittelständischen) Unternehmens durchführen zu können.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Teilschwerpunkt

Die Teilnehmer bearbeiten eigenständig in Gruppen eine oder mehrere Fallstudie(n) und lernen, sich über unterschiedliche Interpretationen von Analyseergebnissen zu verständigen sowie eine gemeinsam getragene, umsetzungsfähige Lösungskonzeption zu erarbeiten. Ferner sind sie in der Lage, ihre Analyse- und Konzeptions-ergebnisse für andere Personen nachvollziehbar und überzeugend zu präsentieren.

Ggf. besondere Methodenkompetenz: Schwerpunkt

Die Teilnehmer sind am Ende der Veranstaltung in der Lage, eigenständig Methoden der strategischen Analyse wie auch der Strategie- und Positionierungskonzeption in realen und konkreten Problemstellungen, insbesondere für mittelständische Unternehmen, anzuwenden, zu erarbeiten und zu beurteilen.

Lehrinhalte

Im Modul werden folgenden Inhalte der Themengebiete "Strategische Analyse" sowie "Strategieentwicklung" behandelt:

Strategische Analyse:

- Umweltanalyse
- Unternehmensanalyse
- Konkurrentenanalyse

<ul style="list-style-type: none"> - Integrative Analysen - Markt- und Branchenanalyse Strategieentwicklung <ul style="list-style-type: none"> - Vision und Leitbild - Strategieoptionen - Strategieauswahl - Strategieformulierung Strategieumsetzung und -implementierung Strategiekontrolle Fallstudienbearbeitung	
Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung Teilnahme Modul: - Modul: - Prüfung: -

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen
--

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36207	Strategisches Management	Prof. Dr. Veit Etzold	V P	4	5	2	PLP benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WPM - Wahlpflichtveranstaltung		Mittelstandsmanagement				

Zugelassene Hilfsmittel	Wird im Kurs bekannt gegeben.
--------------------------------	-------------------------------

Sprache	<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
----------------	--

Literatur	Welge , Martin K., Al-Laham , Andreas, Eulerich , Marc (2016): Strategisches Management, 7. Auflage, Springer Gabler. Wunder , Thomas (2016): Essentials of Strategic Management, 1. Auflage, Schäffer-Poeschel. Kreikebaum , Hartmut, Gilbert , Dirk.U., Behnam Michael (2011): Strategisches Management, 7. Auflage, Kohlhammer. Etzold , Veit (2018) Strategie: Planen - erklären - umsetzen (Dein Business), Gebundene Ausgabe – 21. Februar 2018.
------------------	---

Zusammensetzung der Endnote	Die Endnote setzt sich aus mehreren Teilleistungen innerhalb des Projektes zusammen. Die konkrete Zusammensetzung wird in der Veranstaltung bekannt gegeben und besprochen.
------------------------------------	---

Bemerkungen / Sonstiges	Soweit durch die Dozenten nicht anders geregelt, besteht Anwesenheitspflicht. Dies gilt insbesondere für die ersten Veranstaltungen, da hier ggf. die Gruppeneinteilung und Themenvergabe erfolgt. Die Anmeldung für die Modulprüfung erfolgt zum Semesterende der letzten Veranstaltung des Moduls.
--------------------------------	--

Letzte Aktualisierung	05.03.2019 / Prof. Dr. Veit Etzold
------------------------------	------------------------------------



Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
Studiengang Mittelstandsmanagement	
Modulkoordinator Prof. Dr. Ulrich Morlock	

Modul-Name		Supply Chain Management				Modul-Nr : 36012	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester <input type="checkbox"/> Sommersemester	1	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Master of Arts		WPM - Wahlpflichtmodul			Mittelstandsmanagement		
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Schwerpunkt

Die Studierenden erhalten vertiefte Kenntnisse und erweitertes Wissen in Supply Chain Management und angrenzenden Bereichen. Sie erlangen konzeptionelle Fertigkeiten zur eigenständigen Lösung von anspruchsvollen Aufgabenstellungen.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Teilschwerpunkt

Die Studierenden sind im Rahmen der Projektarbeiten in der Lage komplexe Aufgaben aus der Logistik strukturiert zu bearbeiten und eigenständig zu beurteilen. Sie können das Handlungsfeld (u.a. mit Echtdateien aus Unternehmen) im Hinblick auf das Ziel mit den geeigneten Methoden analysieren und die Analyseergebnisse bewerten.

Ggf. besondere Methodenkompetenz: Teilschwerpunkt

Die Studierenden können aus diesen Analyseergebnissen unter Zuhilfenahme von theoretischem Wissen zielführende Maßnahmen ableiten und den gesamten Prozess samt Ergebnissen strukturiert, aussagekräftig, nachvollziehbar und unter Einhaltung wissenschaftlicher Standards dokumentieren.

Lehrinhalte

Die theoretischen Lehrinhalte müssen sich nach der konkreten Projektaufgabe richten (siehe Lernziele / Kompetenzen und Bemerkungen / Sonstiges). Das Aufgabenfeld wird aber immer in den Gesamtkontext der Supply Chain eingebettet. Ferner können situativ Analysetools und quantitative Methoden Lehrinhalte sein.

In Abhängigkeit von der in jedem Semester neuen konkreten Aufgabenstellung fallen die Lernziele und Kompetenzen unterschiedlich aus. Auch wird hinsichtlich der Begrifflichkeiten nach Anlage-, Konsumgüter- und Dienstleistungsproduktion differenziert. Die Aufgaben können z. B. folgenden Gebieten entstammen:

- Supply Chain konkreter Produkte
- Beschaffungs-, Produktions-, Distributions-, Transport- und Entsorgungslogistik
- Logistikkoperationen, Logistiknetzwerke
- Logistikdienstleister u. Kontraktlogistik
- Materialdisposition

<ul style="list-style-type: none"> - Lagerlogistik (technisch orientiert oder die Logiken und Strategien der Lagerung betreffend) - Bestandsoptimierung - interner Materialfluss - Optimierung der Lieferfähigkeit, Liefertreue - Ermittlung u. Optimierung der Bestellmengen - etc. 	
Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung Teilnahme Modul: - Modul: - Prüfung: -

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36105	Supply Chain Management	Prof. Dr. Ulrich Morlock	V Ü S	4	5	1	PLP benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WPM - Wahlpflichtveranstaltung		Mittelstandsmanagement				
Zugelassene Hilfsmittel		-					
Sprache		<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch					
Literatur		projektspezifisch					
Zusammensetzung der Endnote		-					
Bemerkungen / Sonstiges		<p>Es wird grundsätzlich angestrebt, ein Praxisprojekt in Kooperation mit einem oder mehreren Unternehmen durchzuführen und somit, je nach Aufgabenstellung, einen Teilaspekt aus der gesamten Supply Chain vertiefend zu bearbeiten. Falls sich kein Praxispartner findet, wird die Thematik der Aufgabenstellung klassisch via Literatur- und Medienrecherche, Interviews, Exkursionen usw. bearbeitet. Soweit durch die Dozenten nicht anders geregelt, besteht Anwesenheitspflicht. Dies gilt insbesondere für die erste Veranstaltung, da hier ggf. die Gruppeneinteilung und Themenvergabe erfolgt.</p>					
Letzte Aktualisierung		05.03.2019 / Prof. Dr. Ulrich Morlock					



	Fakultät Wirtschaftswissenschaften	Modulbeschreibung
	Studiengang Mittelstandsmanagement	
	Modulkoordinator Prof. Dr. Jürgen Stiefl	

Modul-Name		Alternative Finanzierungsformen in KMU				Modul-Nr : 36013	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester <input type="checkbox"/> Sommersemester	1	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Master of Arts		WPM - Wahlpflichtmodul			Mittelstandsmanagement		
Form der Wissensvermittlung		<input type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht					
<u>Lernziele / Kompetenzen</u>							
<p>Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“): Teilschwerpunkt Studierende lernen spezifische Finanzierungsformen von KMU kennen. Sie erwerben u.a. spezialisierte Kenntnisse zu den unterschiedlichen Ansätzen in den Bereichen der traditionellen Kreditsubstituten, der Public Equity Finanzierung sowie der Private Equity Finanzierung.</p> <p>Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“): Teilschwerpunkt Die Studierenden können die unterschiedlichen Ansätze analysieren, klassifizieren und vergleichen. Sie sind in der Lage, angemessene Handlungsmöglichkeiten hinsichtlich unternehmensspezifischer Geldbedarfe auf Basis der unterschiedlichen Ansätze zu entwickeln und kritisch zu beurteilen.</p> <p>Ggf. besondere Methodenkompetenz: Schwerpunkt Die Studierenden bearbeiten eigenverantwortlich komplexe Aufgabenstellungen und können ihre Arbeitsergebnisse überzeugend vertreten. Im Rahmen dieses Moduls erlernen Studierende bereichsspezifische und fachübergreifende Diskussionen zu führen.</p>							
<u>Lehrinhalte</u>							
<ul style="list-style-type: none"> - Traditionelle Kreditsubstitute - Public Equity Finanzierung - Private Equity Finanzierung 							
Zugangsvoraussetzung		Vorbereitung Teilnahme Modul: Kenntnisse in Finanzierung/ Finanzmanagement Modul: - Prüfung: -					

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
36106	Alternative Finanzierungsformen in KMU	Martin Mietzner	S P	4	5	1	PLP + PLR benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WPM - Wahlpflichtveranstaltung		Mittelstandsmanagement				
Zugelassene Hilfsmittel		-					
Sprache		<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch					
Literatur		Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.					
Zusammensetzung der Endnote		<p>Die Zusammensetzung der Endnote beinhaltet eine Präsentation zu einem ausgegebenen Projektthema (PLP) und die Note eines 20-minütigen Referats (PLR). Inhalt der Referate sind die Projektthemen der Studenten.</p> <p>Weitere Details werden in der Vorlesung bekannt gegeben. Soweit durch die Dozenten nicht anders geregelt, besteht Anwesenheitspflicht. Dies gilt insbesondere für die erste Veranstaltung, da hier ggf. die Gruppeneinteilung und Themenvergabe erfolgt. Die Anmeldung für die Modulprüfung erfolgt zum Semesterende der letzten Veranstaltung des Moduls.</p>					
Bemerkungen / Sonstiges		-					
Letzte Aktualisierung		05.03.2019 / Prof. Dr. Jürgen Stiefl					