

Fakultät Wirtschaftswissenschaften

**Modulhandbuch  
Wahlfächer  
Sommersemester  
2025**

Bachelorstudiengänge  
Wirtschaftsinformatik  
(B.Sc.) SPO 32

Business Analytics (B.Sc.)  
(Bachelor of Science)

SPO 33

# Spezialisierung durch Wahlfächer (Cluster)

Durch Wahlfächer können Sie sich in bestimmten Bereichen spezialisieren. Die folgenden Cluster sollen Ihnen dabei helfen eine geeignete Auswahl an Fächern zu treffen. Zusätzlich können Sie sich durch den Studiengangskoordinator beraten lassen, welche Cluster für Sie entsprechend Ihrer zukünftigen Berufswünsche passend sind.

Sie können nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator bis zu 10 CP fachfremde Fächer aus anderen Studiengängen der Hochschule wählen. Im Rahmen eines Beratungsgesprächs können die passenden Fächer ermittelt werden. Bitte beachten Sie, dass Sie in diesem Fall den Dozenten der Vorlesung vorab fragen müssen, ob Kapazität für Sie vorhanden ist.

## **Die 4 Wahlfach-Cluster der Wirtschaftsinformatik:**

### **Informatik**

74623 Python- & R Programmierung

Zusätzlich Fächer aus dem Studiengang Informatik nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

### **IT-Consulting**

74616 IT-Management

74620 Visual Thinking

74627 Design Management

74631 Qualitätsmanagement

74634 Systemtheorie und Wirtschaftssoziologie

Zusätzlich Fächer aus anderen Studiengängen nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

### **Wirtschaft**

74614 Datenschutz nach DSGVO

74XXX CRM & BI

74624 Unternehmensführung 2

74625 International Marketing

74XXX Communication- and Conflictmanagement & Cybersecurity

74629 Marketing Mix

Zusätzlich Fächer aus den Studiengängen IBW/KMU nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

### **KI & Data Analytics**

74612 Data Mining & Machine Learning

Sie können nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator bis zu 10 CP fachfremde Fächer aus anderen Studiengängen der Hochschule wählen. Im Rahmen eines Beratungsgesprächs können die passenden Fächer ermittelt werden. Bitte beachten Sie, dass Sie in diesem Fall den Dozenten der Vorlesung vorab fragen müssen, ob Kapazität für Sie vorhanden ist.

Die 4 Wahlfach-Cluster der Business Analytics:

### Informatik

74106 Programmieren 1 (nur Wintersemester)

74209 Programmieren 2

Zusätzlich Fächer aus dem Studiengang Informatik nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

### IT-Consulting

74616 IT-Management

74620 Visual Thinking

74627 Design Management

74631 Qualitätsmanagement

74634 Systemtheorie und Wirtschaftssoziologie

Zusätzlich Fächer aus anderen Studiengängen nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

### Wirtschaft

74624 Unternehmensführung 2

74625 International Marketing

74XXX Communication- and Conflictmanagement & Cyber Security

74629 Marketing Mix

42610 Produktionsmanagement & Logistik

Zusätzlich Fächer aus den Studiengängen IBW/KMU nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

### KI & Data Analytics

Fächer aus anderen Studiengängen (z.B. Data Science) nach Rücksprache mit dem Studiengangskoordinator

## Inhalt

Data Mining and Machine Learning.....	5
Datenschutz nach DSGVO .....	8
IT-Management und IT-Service-Management.....	10
CRM & Business Intelligence.....	12
Visual Thinking .....	15
Python & R .....	17
Unternehmensführung 2.....	20
Design Management.....	23
Communication- and Conflict Management & Cyber Security .....	25
Marketing Mix.....	29
Qualitätsmanagement.....	32
Systemtheorie und Wirtschaftssoziologie.....	35
Produktion und Logistik .....	41

**Modul-Nummer: 74612**
**SPO-Version: 32**

# Data Mining and Machine Learning

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Andreas Theissler
<b>Modulart</b>	Wahlmodul
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	a lecture on programming (e.g. Programmieren 1 or Sprachkonzepte für Business Analytics 1) and a lecture on database fundamentals (e.g. Datenbanken)
<b>Verwendung in anderen SG</b>	
<b>Sprache</b>	Englisch

**Modulziele**
**Fachliche Kompetenzen**

The students are able to explain and apply the concepts of analysing data with common methods of Data Mining and Machine Learning. They understand the steps of the CRISP-DM process for analysing data and are able to explain and apply them. Furthermore the students understand and are able to discuss the functioning of common Data Mining and Machine Learning methods. In addition, they are able to critically evaluate the methods regarding their benefits and drawbacks for a given problem.

The students are able to apply their programming and database skills acquired in previous modules to the problem of data analysis. These skills are thereby deepened and enhanced.

The students have learned to address data analytics problems by subdividing them into process steps. The machine learning methods clustering (k-means and hierarchical methods) and classification (k-NN, decision trees, support vector machines, etc.) can be implemented and their results be interpreted and comparatively evaluated.

Artificial neural networks and the concepts of Deep Learning are deliberately not included in this lecture, they are taught in the module 74907 course Wirtschaftsinformatik

### Überfachliche Kompetenzen

The students are able to map technological solutions to a given problem setting and discuss the pros and cons of the solution.

### Ggf. besondere Methodenkompetenz:

The students have acquired theoretical and practical skills in order to apply the learned methods to real-world problems. In addition, the students can teach themselves methods that were not covered in the course, by having understood the major and recurring concepts of Data Analytics.

### Lerninhalte

- Introduction into Data Analytics
- The process CRISP-DM
- Data pre-processing, feature extraction
- Distance measures
- Cluster analysis: partitioning and hierarchical methods
- Classification with Machine Learning methods: e.g. k-NN, decision trees, random forests, support vector machines

### Literatur

- CRISP-DM: Towards a standard process model for data mining by Rüdiger Wirth
- Data Mining – Concept and Techniques by Han, Kamber, Pei
- Hands-on Machine Learning with Scikit-Learn, Keras, and TensorFlow: Concepts, Tools, and Techniques to Build Intelligent Systems von Aurelien Geron.
- Additional literature will be announced during the lecture

### Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>1</sup>	SWS	CP
74612	Data Mining and Machine Learning	Prof. Dr. Andreas Theissler	V, Ü, L, P	4	5

<sup>1</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

**Modulprüfung** (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>2</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
74612	PLP	100%	Gruppen-Projektleistung mit Abschlusspräsentation und anschließender Abfrage des zum Projekt verwandten, individuellen Verständnisses der Theorie

**Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung****Weitere studienbegleitende Rückmeldungen****Bemerkungen**

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

---

<sup>2</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

Modul-Nummer: 74614

SPO-Version: 32

## Datenschutz nach DSGVO

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Manfred Rösse
<b>Modulart</b>	Wahlmodul
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	Modul: Fristgerechte Einschreibung in den einschlägigen Canvas-Kurs Prüfung: Bestande Präsentation (vorlesungsbegleitend).
<b>Verwendung in anderen SG</b>	
<b>Sprache</b>	Deutsch

---

### Modulziele

#### **Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden erwerben die grundlegenden Kenntnisse im Bereich des Datenschutzes nach der aktuellen DSGVO und BSDGneu. Sie erkennen die Notwendigkeit einer DSGVO-konformen Datenverarbeitung und sind in der Lage, beispielhafte Fälle auf ihre rechtliche Konformität zu bewerten.

#### **Überfachliche Kompetenzen**

Die Studierenden sind in der Lage, die erlernten grundlegenden Kenntnisse im Bereich DSGVO auf konkrete Aufgabenstellungen anzuwenden. Sie können gegebene Sachverhalte beurteilen und die Anforderungen des Datenschutzes der Verantwortlichen Person sowie den Mitarbeitern verständlich vermitteln.

#### **Ggf. besondere Methodenkompetenz:**

Die Studierenden kennen die grundlegenden Begriffe im Bereich des Datenschutzes und können selbständig neue Entwicklungen in der Rechtsprechung recherchieren und in das gegebene Rahmenwerk einordnen. Sie können aktuelle Urteile zur Präzisierung der DSGVO in konkrete Handlungsempfehlungen umsetzen und kommunizieren.

- Lerninhalte**
- Allgemeine Bestimmungen und grundlegende Begriffe
  - Rechtmäßigkeit und Bedingungen für die Verarbeitung von Daten
  - Besondere personenbezogene Daten
  - Rechte der betroffenen Person
  - Verantwortliche und Auftragsverarbeiter in der Datenverarbeitung
  - Der Datenschutzbeauftragte
  - Verhaltensregeln, Zertifizierung und Akkreditierung
  - Übermittlung personenbezogener Daten in Drittländern und internationale Organisationen
  - Aufgaben und Befugnisse der Aufsichtsbehörden
  - Rechtsbehelfe und Geldbußen

**Literatur** Die Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

### Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>3</sup>	SWS	CP
74614	Datenschutz nach DSGVO	Alexander Forssman	V, Ü	4	5

### Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>4</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
74614	PLK (45 Minuten)	100%	50%
	PLP		50%

### Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

Bestandene Präsentation (vorlesungsbegleitend)

### Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

### Bemerkungen

Zugelassene Hilfsmittel: DSGVO, BDSGneu

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

<sup>3</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

<sup>4</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

Modul-Nummer: 74616

SPO-Version: 32

## IT-Management und IT-Service-Management

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Manfred Rössle
<b>Modulart</b>	Wahlmodul
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	
<b>Verwendung in anderen SG</b>	Informatik (B.Sc.)
<b>Sprache</b>	Deutsch

---

**Modulziele****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden der Wirtschaftsinformatik können IT-Services in Technik (Architektur) und Dienstleistungen (Prozesse; von Menschen erbracht) unterscheiden und beschreiben. Sie sind in der Lage interne und externe IT-Services zu bewerten und können die Bedeutung von Services in der IT bewerten. Die Studierenden können die Reichweite der IT-Services einschätzen und die sich daraus ergebenden Inhalte erkennen. Bezüge zu aktuellen IT-Services wie Netflix, Spotify, Apple Music, o.ä. können hergestellt werden. Die Studierenden können die Matrix-Methode (Ganzheitlichkeit) und die PARIS Methode (Servicebausteine) nutzen und auf vergleichbare Sachverhalte anwenden. Die Studierenden sind darüber hinaus in der Lage, die operativen Aspekte des ITSM Incident- und Changemanagement zu analysieren. Die Studierenden können den universellen Einsatz der Methoden für beliebige Dienstleistungen und Services erkennen und nutzen.

**Überfachliche Kompetenzen**

Die Studierenden erhalten Kompetenzen über die Bedeutung der ganzheitlichen Sichtweise auf Services und der Serviceorganisation, über die Notwendigkeit von Verhandlungen und Vereinbarungen, über die Regelungen und deren Kontrolle. Die Vorlesung "Softskills in der IT" vertieft diesen Aspekt.

**Ggf. besondere Methodenkompetenz:**

Die Studierenden können Methoden der Menschenführung anwenden.

**Lerninhalte** Im Modul wird der Gesamtzusammenhang der IT Services vermittelt. Insbesondere wird auf die (Service)Strategie eingegangen. Es wird herausgearbeitet, das IT Service Management (ITSM) die Basis aller gelungenen IT Angebote ist und die prinzipiellen Methoden überall zum Einsatz kommen (müssen). Darüber hinaus werden ausgewählte operative Aspekte des ITSM Incident- und Changemanagement gelehrt. Basis des ITSM ist ITIL, ergänzt durch dessen praktische Anwendung. Im IT Management wird auf IT Verträge (SLA) eingegangen. Diese stellen die komplette Sicht auf das Management dar, da sie sowohl intern (OLA) als auch extern (UC) ausgeprägt sein können. und damit alle Belange des Managements umfassen. Im Extremfall besteht die ganze IT "nur" aus einem solchen Vertrag (IT Outsourcing). Es wird Wissen zu ITIL, SLA, OLA, UC, KPI, Servicevertrag, Servicekatalog, IM, CM, Servicefinanzierung und Servicerechnung, Projekte in der IT, Matrixmethode PARIS Methode usw. vermittelt. Es wird deutlich, das ITSM der universelle Hebel ist, der alle (IT)Organisationen eint.

**Literatur** Die Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

#### Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>5</sup>	SWS	CP
74616	IT-Management und IT-Service-Management	Heiko Rössel	V, Ü	4	5

#### Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>6</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
74616	PLK (90 Minuten)	100%	

#### Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

#### Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

#### Bemerkungen

Gemeinsame Vorlesung mit den Studiengang Informatik

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

<sup>5</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

<sup>6</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

## CRM & Business Intelligence

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Christian Koot
<b>Modulart</b>	Wahlmodul
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	
<b>Verwendung in anderen SG</b>	
<b>Sprache</b>	Deutsch, Englisch

---

**Modulziele****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden können die grundlegenden Verfahren des Customer Relationship Managements anwenden.

Im Bereich des Customer Relationship Managements können die Studierenden Geschäftsanforderungen aus Sicht eines Kunden diskutieren. Darüber hinaus können sie die Prozesse des Customer Relationship Managements verstehen und auf vergleichbare Sachverhalte anwenden. Des Weiteren können die Studierenden Kundenanforderungen identifizieren, Beratungsansätze ableiten und eine Kundenpräsentation durchführen. Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen aus der Vorlesung anzuwenden und Prozesse in einer CRM- Software zu customizen. Die Studierenden können die grundlegenden Verfahren der Business Intelligence anwenden.

Im Bereich des Business Intelligence können die Studierenden die Grundlagen des Controllings beschreiben und mit Hilfe des in der Vorlesung vermittelten Wissen, beispielhafte Aufgaben lösen. Die Studierenden sind in der Lage, mit Hilfe des in der Vorlesung vermitteltem Wissen zum Aufbau und der Gestaltung von Kennzahlensystemen, Kennzahlensysteme zu erstellen und zu bewerten. Sie können darüber hinaus BI Systeme im Gesamtunternehmen verstehen und ihre betrieblichen Funktionsbereiche diskutieren

### **Überfachliche Kompetenzen**

Die Studierenden sind in der Lage eigenständig bzw. in Projektteams die Case Study zu implementieren und als „Kunden-Pitch“ zu präsentieren.

Die Studierenden sind in der Lage in Projektteams die Verfahren zusammen zu implementieren.

### **Ggf. besondere Methodenkompetenz:**

Die Studierenden können eine Case Study für eine fiktive Kundenanforderung erfolgreich in (Salesforce CRM) Customer Relationship Managements implementieren und präsentieren.

Die Studierenden können die Verfahren der Business Intelligence implementieren.

## **Lerninhalte**

### **Customer Relationship Management**

- Prozesse im CRM
- Salesforce CRM: Einführung
- Praxisprojekt / Case Study

### **Business Intelligence**

- Grundlagen des Controllings
- Aufbau und Gestaltung von Kennzahlensystemen
- Aufbau und Gestaltung von Systemen zur Berichterstattung
- Typen von BI-Systemen
- Bestandteile von BI-Systemen
- Instrumente zur Datenanalyse, Informationsverteilung und -darstellung
- BI-Systeme im Gesamtunternehmen und den betrieblichen Funktionsbereichen
- Anwendungsbeispiele für BI-Systeme

## **Literatur**

- Helmke; Stefan; Uebel, Matthias F.; Dangelmaier, Wilhelm (Hrsg.): Effektives Customer Relationship Management; 4. Auflage; Wiesbaden; Gabler 2008; ISBN: 978-3-8349-0415-7.
- Hippner, Hajo; Hubrich, Beate; Wilde Klaus D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM – Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung; 3. Auflage; Wiesbaden; Gabler 2011; ISBN: 978-3-8349-2550-3.
- Horváth, Péter: Controlling; 11. Aufl.; München; Vahlen 2009
- Schmalen, Helmut; Pechtl, Hans: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft; 14. Auflage; Stuttgart; Schäffer-Poeschel 2009
- Horváth, Péter: Controlling; 11. Aufl.; München; Vahlen 2009
- Kemper, Hans-Georg; Baars, Henning; Mehanna, Walid: Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen; Wiesbaden; Vieweg + Teubner 2010
- Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben

**Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)**

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>7</sup>	SWS	CP
	Customer Relationship Management	Philipp Wucherer (M. Sc.)	V, Ü	2	5
	Business Intelligence	Tobias Gold	V, Ü	2	

**Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)**

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>8</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
CRM	PLP	100%	Die Prüfungsleistung besteht aus zwei Teilprüfungsleistungen; die Endpräsentation (80%) und der Case Study (20%).
BI	PLP	100%	

**Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung**
**Weitere studienbegleitende Rückmeldungen**

**Bemerkungen** Die Endnote errechnet sich aus den Noten der beiden Prüfungsleistungen (CRM 50% / BI 50%). Beide Teilprüfungen (CRM UND BI) müssen angetreten/abgegeben werden.

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

<sup>7</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

<sup>8</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

# Visual Thinking

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Marc Fernandes
<b>Modulart</b>	Wahlveranstaltung
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	
<b>Verwendung in anderen SG</b>	
<b>Sprache</b>	Englisch

---

**Modulziele****Fachliche Kompetenzen**

Students build a fundamental understanding of the theoretical aspects of visual thinking and visual communication. They can describe and explain the processes of visual perception and the associated thought processes, as well as recognize and understand the importance of the thinking tools and methods of visual thinking. With the help of practical exercises, they acquire the basics of drawing (basic shapes, colour, writing, etc.) and can confidently organize and present different types of information (knowledge, data, ideas, concepts, processes, etc.) visually. Through a series of contextual exercises and case studies, they internalize the tools and methods of visual thinking and are able to apply them independently in different practical scenarios.

**Überfachliche Kompetenzen**

The students are able to apply the learned methods of visual thinking and visualization together with future customers or colleagues and to develop them independently. As part of the exercises, they perceive their personal learning progress and develop a final presentation in small groups.

**Ggf. besondere Methodenkompetenz:**

The students learn to understand thinking and communication problems and learn a variety of methods to solve them visually.

**Lerninhalte**

- Theoretical aspects of visual thinking.
- Basics of drawing/methods of visualization.
- Tools and methods of visual thinking.
- Solving thinking and communication problems visually.
- Visual thinking in a business context.

**Literatur**
**Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)**

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>9</sup>	SWS	CP
74620	Visual Thinking		V, Ü, L	4	5

**Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)**

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>10</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
74620	PLP	100%	Note der Projektarbeit 50% + Note des Berichts 50%

**Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung**
**Weitere studienbegleitende Rückmeldungen**
**Bemerkungen**

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

<sup>9</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

<sup>10</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

Modul-Nummer: 74623

SPO-Version: 32

## Python & R

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Christian Koot
<b>Modulart</b>	Wahlmodul
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	Abgeschlossenes Grundstudium mit überdurchschnittlichen Studienleistungen in den Programmierfächern. Zulassung auf Basis einer Motivations-E-Mail
<b>Verwendung in anderen SG</b>	
<b>Sprache</b>	Deutsch

---

**Modulziele****Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden lernen (vorbereitend im Selbststudium) die Sprachkonzepte der für Business-Analytics- Anwendungen besonders relevanten Programmiersprachen Python und R an praktischen Programmierbeispielen kennen. Auf die Nutzung der umfangreichen Methodenbibliotheken von R wird dabei bewusst. Stattdessen werden die Grundzüge von Datenimport und -export, Datenhaltung sowie Datenvisualisierung in den Mittelpunkt gestellt.

Die Studierenden lernen spezifizierte Sprachkonzepte in den Programmiersprache Python und R einzusetzen. Dabei können sie die Performanceauswirkungen unterschiedlicher Implementierungsansätze beurteilen und eigenständig Optimierungen entwickeln.

### Überfachliche Kompetenzen

Die Veranstaltung findet integriert mit 42012 Sprachkonzepte für Business Analytics (Bachelor BAN) statt. Die Studierenden übernehmen eine führende Peer-Instruction-Rolle für die BAN-Studierenden an und fertigen hierüber eine Projektarbeit an, in der sie über ihre Rolle in den Veranstaltungen berichten und reflektieren.

### Ggf. besondere Methodenkompetenz:

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, eigenständig fortgeschrittene Sprachkonzepte zu bestimmen, die über die in der Veranstaltung behandelten Techniken hinausgehen.

### Lerninhalte

Einführung in die Arbeitsgrundlagen (vorab im Selbststudium zu erarbeiten):

- Linux
- Oracle VM VirtualBox
- Ubuntu und GNOME
- Arbeitsumgebungen: Jupyter Notebook, RStudio Python (vorab im Selbststudium zu erarbeiten):
- Grundlagen (Interaktive Shell, IDE, Besonderheiten Bytecode-Compilierung)
- Elementare Datenverarbeitung (Datentypen und Variablen, Sequentielle Datentypen, Dictionaries, Mengen)
- Eingabe / Ausgabe (Benutzerschnittstelle, Dateien)
- Strukturierungskonzepte (Programme, Funktionen, Module)
- Kontrollstrukturen (Fallunterscheidungen, Schleifen)
- Objektorientierung (insb. Instanzierung von Objekten aus vorhandenen Klassen, Nutzung von Methoden und Attributen)
- Ausgewählte Pakete zu Datenimport, -export, -bereitstellung und – visualisierung (bspw. pandas, Matplotlib, selenium / geckdriver, rpy2)

R (vorab im Selbststudium zu erarbeiten):

- Einführung in RStudio,
- Umgang mit Workspace und R-Konsole,
- Elementare Datenverarbeitung (Arithmetik, Datenstrukturen, Logische Operatoren, Datentransformationen),
- Listen und Datensätze,
- Strukturierungskonzepte (Programme, Funktionen),
- Kontrollstrukturen (Fallunterscheidungen, Schleifen),
- Grafik-Devices und einfache Plots (Paket graphics),
- Programmierübungen.

### Literatur

- Klein, Bernd: Einführung in Python 3, 4. Auflage, München, Hanser 2021, ISBN: 978-3-446-46467-4 (eBook, lizenziert durch die Bibliothek der HS Aalen)
- Wollschläger, Daniel: Grundlagen der Datenanalyse mit R; Heidelberg; 5.Auflage; Springer Spektrum 2020; ISBN: 978-3-662-61736-6 (eBook, lizenziert durch die Bibliothek der HS Aalen)

**Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)**

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>11</sup>	SWS	CP
74623	Python & R	Paul Heiser	V, Ü, L	4	5

**Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)**

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>12</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
74623	PLP	100%	Note der Modulprüfung (schriftliche Dokumentation des Projekts, enthält exemplarische Lösungen von zwei vorgegebenen Programmierproblemen).

**Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung**

Zulassung auf Basis einer Motivations-E-Mail und den Studienleistungen in den Programmierfächern des Grundstudiums.

**Weitere studienbegleitende Rückmeldungen**
**Bemerkungen**

Das Fach 74623 Python & R wird als Wahlpflichtfach gemeinsam mit dem Pflichtfach 42208 Sprachkonzepte für Business Analytics 1 (Bachelor BAN) angeboten.

Um die erforderliche Betreuungsintensität in beiden Fächern gewährleisten zu können, wird die Teilnehmerzahl für 74623 Python & R auf zehn Studierende pro Semester beschränkt. Darüber hinaus wird die Bereitschaft vorausgesetzt, sich in hervorragender Weise in die Peer Instruction der BAN-Studierenden auf Basis einer eigenverantwortlichen Vorbereitung einzubringen. Hierzu werden vom Dozenten die Veranstaltungsunterlagen des Vorjahres via Canvas bereitgestellt.

Die Studierenden melden sich per E-Mail beim Dozenten an bis zum Ende der ersten Vorlesungswoche an und legen ihre Motivation dar. Auf Basis der dargelegten Motivation und der Studienleistungen in Programmierfächern im Grundstudium wird über die Zulassung entschieden. Die Studierenden werden über die Zulassungsentscheidung per E-Mail an ihre Hochschuladresse informiert.

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

<sup>11</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

<sup>12</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

## Unternehmensführung 2

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Manfred Rösle
<b>Modulart</b>	Wahlmodul
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	Unternehmensführung 1 bestanden
<b>Verwendung in anderen SG</b>	
<b>Sprache</b>	Deutsch

---

### Modulziele

#### Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, sich nach vorangehender Einführung und Anleitung selbständig Wissen zu ausgewählten betriebswirtschaftlichen Themen zu erarbeiten, zu vertiefen und dieses zielorientiert in der Praxis anzuwenden.

Die Studierenden sind im Kontext der Unternehmensführung fähig, vertiefende Aspekte unter anderem aus den Bereichen

- Kapitel 1: Führung und Personalmanagement - Führungstheorien, Führungsstile und Führungsgrundsätze
- Kapitel 2: Gesprächsleitfaden in Führungssituationen – Das Bewerbungsgespräch, das Motivationsgespräch, das Tadelgespräch, das Abmahnungsgespräch, das Trennungsgespräch
- Kapitel 3: Personalführung – Arbeitstechniken in Unternehmen und Dialogführung
- Kapitel 4: Kundenbeziehungsmanagement CRM (in Planung – bei Erweiterung auf 5 CP)
- Kapitel 5: Kalkulation von Marktpreisen (in Planung – bei Erweiterung auf 5 CP)

an konkreten Fallstudien aus der Praxis umzusetzen. Dies erfolgt mit Hilfe von

- Rollenspielen für das Erlernen von Dialogtechniken
- Wirtschaftlichkeitsberechnungen an Praxisfällen

Das hierbei erlernte Wissen und das Wissen aus ihrem bisherigen Studium können die Studierenden in Rollenspielen schärfen. Im Rollenspiel werden die Studierenden ihr Handeln als Führungsperson in einem Unternehmens-Umfeld experimentell anwenden und die gemachten Erfahrungen in der Gruppe austauschen und diskutieren.

### **Überfachliche Kompetenzen**

Die Studierenden sind in der Lage, in Rollenspielen Personalführungsaufgaben aus der Praxis erfolgreich durchzuführen. Dazu gehören Methoden zur Dialogführung als Führungskraft in Führungssituationen wie z.B. Bewerbungsgespräch, Motivationsgespräch, Tadelgespräch, Abmahnungsgespräch oder Trennungsgespräch.

In Kunden- und Mitarbeitergesprächen trainieren wir das Verkaufsgespräch und die Beschwerdebehandlung. Die faktische Anwendung erfolgt als Rollenspiel in diversen Führungssituationen.

Studierende sollen zudem in die Lage versetzt werden, im Rahmen einer Teamarbeit unbekannte komplexe Fragestellungen als Gruppe zu lösen.

### **Ggf. besondere Methodenkompetenz:**

Studierende sollen in die Lage versetzt werden, in konkreten Führungssituationen die erlernten Arbeitstechniken zielgerichtet einzusetzen. Die Auswahl und Anwendung der adäquaten Dialogführung soll den Studierenden ein effizientes und effektives Führungsverhalten ermöglichen

### **Lerninhalte**

Ausgewählte Themen zu Grundlagen der Unternehmensführung anhand von Rollenspielen (Themen werden während des Semesters ausgegeben) als Ergänzung zur Vorlesung und Übung; Anwendung des Erlernten im Rahmen von Gruppenübungen, Rollenspielen und Übungsaufgaben.

- Führungstheorien, Führungsstile und Führungsgrundsätze
- Dialogführung in Mitarbeitergesprächen
- Dialogführung in Verkaufsgesprächen
- zielführende Arbeitstechniken in Führungssituationen

### **Literatur**

- R. Dillerup/R. Stoi, Unternehmensführung, Vahlen
- H. Kreikebaum, Strategische Unternehmensplanung, Kohlhammer
- K. Macharzina/J. Wolf, Unternehmensführung, Gabler
- G. Schreyögg/J. Koch, Grundlagen des Managements, Gabler
- Hungenberg, H.: Einführung in die Unternehmensführung, Heidelberg (mit T. Wulf) A. G. Coenenberg, A.Haller und W. Schultz: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse

Weitere aktuelle Literatur wird in der Vorlesung bekanntgegeben

**Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)**

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>13</sup>	SWS	CP
74624	Unternehmensführung 2	Wolfgang Gunsenheimer	V, Ü	4	5

**Modulprüfung** (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>14</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
74624	PLK (90 Minuten)	100%	

**Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung:** Modul Unternehmensführung 1 bestanden

**Weitere studienbegleitende Rückmeldungen**
**Bemerkungen**

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

<sup>13</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

<sup>14</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

# Design Management

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Marc Fernandes
<b>Modulart</b>	Wahlveranstaltung
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	
<b>Verwendung in anderen SG</b>	
<b>Sprache</b>	Englisch

---

## Modulziele

### **Fachliche Kompetenzen**

Students build a fundamental understanding of design and the methods of design management in a global business context. They can describe and explain design strategies and the role of design in creating value in an organization, as well as recognize and understand the methods of managing design at a strategic and tactical level. Through a series of contextual exercises and case studies, they internalize the tools and methods of design management and are able to apply them independently in different practical scenarios.

### **Überfachliche Kompetenzen**

The students are able to apply the design management methods they have learned together with future customers or colleagues and to develop them further independently. As part of the exercises, they perceive their personal learning progress and develop a final presentation in small groups.

### **Ggf. besondere Methodenkompetenz:**

The students work in groups and can analyze problems together, work out joint solutions and present the solutions.

- Lerninhalte** Fundamentals of Design Management.
- The Field of Design.
  - History of Design.
  - Design and Business Performance. The Value of Design.
  - Design and Marketing.
  - Design and Innovation.
  - Design and Strategy. Design Management in Practice.
  - Managing the Design Strategy.
  - Managing the Design Process.
  - Managing the Design Implementation.

## Literatur

### Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>15</sup>	SWS	CP
74627	Design Management	Philip McClenaghan	V, Ü, L	4	5

### Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>16</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
74627	PLP	100%	Note der Projektarbeit 50% + Note des Berichts 50%

### Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung

### Weitere studienbegleitende Rückmeldungen

### Bemerkungen

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

<sup>15</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

<sup>16</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

# Communication- and Conflict Management & Cyber Security

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Christian Koot
<b>Modulart</b>	Wahlmodul
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	
<b>Verwendung in anderen SG</b>	
<b>Sprache</b>	Deutsch, Englisch

---

## Modulziele **Fachliche Kompetenzen:**

### **Communication- and Conflict Management**

The students are able to understand the concepts and methodics of communication and conflicts and are able to apply transfer knowledge of presentation skills, effective and productive communication, relationship management and conflicts.

Topics such as:

- Conflicts in work environment X.0
- Aspects of communication, conflicts and how they are connected to each other?
- Required competencies to handle challenging situations
- Risks and chances in conflicts
- Causes and impact of miscommunication
- Overview of conflict types and conflict-avoidance methods
- Tools, techniques and methods to perform successful presentations, communication and relationships
- Activities and exercises are manifesting the learned topics

The aim of the course should be that the students can apply their learned knowledge and are able to evaluate the situation and conflicts and can apply conflict avoidance strategies.

### **Cyber Security**

Die Studierenden kennen die rechtlichen Aspekte der „Cyber Security“, insbesondere die regulatorischen Anforderungen an die IT-Sicherheit, den Datenschutz und die besonders schützenswerten Infrastrukturen. Vor dem Hintergrund der globalen Vernetzung werden die gesetzlichen Rahmenbedingungen in Deutschland und der EU sowie in den USA, China und anderen wichtigen Regionen der Welt mit ihren spezifischen Ausprägungen hinsichtlich Cyber Security behandelt. Dabei werden auch andere betroffenen Rechtsgebiete, wie etwa das Gesellschaftsrecht (Unternehmensorganisation, Sorgfaltspflichten), das Arbeitsrecht (Sensibilisierung von Mitarbeiter:innen) oder das Versicherungsrecht und die Aufsichtspraxis (BSI) thematisiert. Darüber hinaus werden auf Basis aktueller Cyberangriffe (Ransomware, Phishing etc.) staatliche und privatwirtschaftliche Ansätze zur Cyberabwehr (Cybersicherheitsagentur BW, CAZ) vorgestellt und Handlungsalternativen aufgezeigt.

### **Überfachliche Kompetenzen:**

#### **Communication- and Conflict Management**

Through pro-active participation and willingness to volunteer in role plays and exercises the students will be challenged to demonstrate sovereignty to handle difficult situations. The students are able to discuss and analyze different situations, role plays and cases and are able to apply learned methodics to avoid escalation and conflict.

#### **Cyber Security**

Durch das Bilden von Arbeitsgruppen wird die Sozialkompetenz gestärkt und die Studierenden sind in der Lage ihr Wissen mit anderen Kommiliton:innen auszutauschen und zu diskutieren

### **Ggf. besondere Methodenkompetenz:**

#### **Communication- and Conflict Management**

Pro-active participation and willingness to get into conflicts and difficult situations is a must have pre-condition for this course. The course is a safe environment to discuss conflicts and situations which will be re-evaluated everytime.

#### **Cyber Security**

Die Studierenden kennen die einschlägigen rechtlichen Regeln und Vorgehensweisen und können diese auf konkrete Fallgestaltungen anwenden

- Lerninhalte**
- Presentation techniques
  - Communication basics and dynamics
  - Conflict Management
  - Deescalation methods and techniques
  - Group and individual cases, exercises and presentations
  - Europäische Richtlinie zur Netz- und Informationssicherheit (NIS)
  - IT-Sicherheitsgesetz, BSI-Gesetz, KRITIS-Verordnung
  - DSGVO, BDSG
  - aktuelle Entwicklungen in der Cyber Security, Cyber Crime, Cyber Warfare
  - Bezüge zum Gesellschafts-, Versicherungs-, Straf- und Arbeitsrecht
  - internationales Recht im Bereich Cyber Security (USA, China, Russland)

- Literatur**
- Stephan Proksch (2016): Conflict Management; Vienna; Springer Weber,
  - Peter (2005): Schwierige Gespräche kompetent bewältigen Glasl, Friedrich (1997): Konfliktmanagement: Stuttgart.
  - Hugo-Becker, Annegret/ Becker, Henning (1996): Psychologisches Konfliktmanagement. München
  - Gamber, Paul (1995): Konflikte und Aggressionen im Betrieb. Problemlösungen mit Übungen, Tests und Experimenten. München, mvg Verlag.
  - Kipker: „Cyber Security“
  - Gabel / Heinrich / Kiefner: „Rechtshandbuch Cyber-Security“
  - Ritter: „Die Weiterentwicklung des IT-Sicherheitsgesetzes“
  - (einschlägige) Gesetzestexte z.B. [www.gesetze-im-internet.de](http://www.gesetze-im-internet.de), Beck-Texte im dtv
  - Auf weitere Literatur wird in der Vorlesung hingewiesen.

### Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>17</sup>	SWS	CP
	Communication- and Conflictmanagement	Philipp Wucherer	V, Ü	2	5
	Cyber Security	Alexander Forssman	V, Ü	2	

<sup>17</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

**Modulprüfung** (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>18</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
CCM	PLP	100%	<p>The final grade consists of two parts:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. A <b>written composition</b> to a pre-defined topic (assigned by lecturer) = 40% of final grade</li> <li>2. <b>Final presentation</b> and defense of the written composition = 60% of final grade</li> </ol> <p>Both parts must be passed and performed to pass the course.</p>
CS	PLP	100%	<p>Semesterarbeit (schriftliche Ausarbeitung oder Präsentation im Rahmen der Vorlesung)</p>

**Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung**
**Weitere studienbegleitende Rückmeldungen**
**Bemerkungen**

Active participation and willingness to try and exercise different cases and activities in a safe environment, are a must have and pre-requisite for this course.

Die Endnote errechnet sich aus den Noten der beiden Prüfungsleistungen (CCM 50% / CS 50%). Beide Teilprüfungen (CCM UND CS) müssen angetreten/abgegeben werden.

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

<sup>18</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

Modul-Nummer: 74629

SPO-Version: 32

## Marketing Mix

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Christian Koot
<b>Modulart</b>	Wahlmodul
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	Vorbereitung Teilnahme Modul: <b>Marketing und Marktforschung bzw. Marketing &amp; CRM muss bestanden sein</b>
<b>Verwendung in anderen SG</b>	
<b>Sprache</b>	Englisch

---

### Modulziele

#### Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können Marketingstrategie anwenden, diese erfordert die Umsetzung eines angepassten und kontrollierbaren Marketing-Mix (Produkt, Preis, Kommunikation, Distribution). Im Zuge eines effektiven Marketingmix können die Studierenden Marketing-Instrumenten auswählen, die geeignet sind die vorab definierte Zielstellung zu erreichen als auch die Zielerreichung messbar zu gestalten. Die Studierenden sind in der Lage theoretische und konzeptionelle Modelle zu beschreiben und können effiziente Planung und Kontrolle durchführen. Sie können unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten bewerten und verschiedene Marketing-Mix Optionen vergleichend kontrastieren.

Sie können dabei theoretische Grundlagen und Modelle im Bereich des internationalen Marketings auf Case Studies anwenden. Aufgrund der Nutzung von Fallstudien, die laut Barkley et al. (2005), S. 182 die Lücke zwischen Theorie und Praxis aber auch akademischen Leben und Arbeitsplatz überbrücken, können die Studenten Kompetenzen um komplexe Problemstellungen und deren Parameter identifizieren zu können, unterschiedliche Positionen und Szenarien innerhalb und außerhalb des Unternehmens erkennen zu können, und die Lösungsansätze und Alternativen dazu zu analysieren, entwickeln.

### Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage ihr berufliches Handeln im Bereich des Marketing-Mixes kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen zu reflektieren. Sie können mit Fachvertretern diskutieren und ihre Meinungen vertreten.

### Lerninhalte

Aufgaben, Rahmenbedingungen und Standardisierungspotentiale des Marketing-Mixes im nationalen als auch internationalen Umfeld

- Internationale Produktpolitik
- Internationale Distributionspolitik
- Internationale Preispolitik

Internationale Kommunikationspolitik      Implementierung internationaler Marketingstrategien

### Literatur

- Meffert, Burmann und Becker (2010), Internationales Marketing; Meffert, Burmann und Kirchgeorg (2014), Marketingmanagement,
- Springer /Gabler Research; Benkenstein und Ulrich (2010), Strategisches Marketing, Kohlhammer; Mooradian, Matzler und Ring (2008) Strategic Marketing: International Edition, Pearson Burmann; Haloszovich, Herrmann und Meffert (2012), Identitätsbasierte Markenführung
- Albaum and Duer (2011), International Marketing and Export Management 7/E, Pearson; Keller (2012), Strategic Brand Management, Pearson
- Kotler and Armstrong (2011), Principles of Marketing, Pearson Backhaus und Voeth (2009) Industriegütermarketing, Vahlen Verlag
- Mathur, U.C.: International Marketing Management: Text and Cases, Los Angeles u.a., Sage 2008; Keegan W.J.: Global Marketing Management, Pearson, 7th edition 2001; Czinkota, Ronkainen und Zvobgo (2011) International Marketing, Cengage Learning

### Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>19</sup>	SWS	CP
74629	Marketing Mix	Prof. Dr. Peter Gentsch	V, Ü	4	5

### Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>20</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
74629	PLP	100%	Note des Projekts

<sup>19</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

<sup>20</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

**Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung****Weitere studienbegleitende Rückmeldungen****Bemerkungen**

Vorlesung wird im Studiengang Internationale BWL angeboten, es können deshalb max. 5 TN aus den Studiengängen WI & BAN aufgenommen werden (Anmeldung über das WI-/BAN-Sekretariat)

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

Modul-Nummer: 74631

SPO-Version: 32

## Qualitätsmanagement

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Marc Fernandes
<b>Modulart</b>	Wahlveranstaltung
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	
<b>Verwendung in anderen SG</b>	
<b>Sprache</b>	Deutsch

---

### Modulziele

#### Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden werden, durch die im Rahmen der Vorlesung vermittelten Inhalte in die Lage versetzt Methoden der Themenbereiche Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung (QFD, SPC...) zielgerichtet einzusetzen und zu bewerten.

Die Kontaktzeit dient zur Einführung in die Methoden sowie zur Vertiefung ebenjener an Beispielen aus der industriellen Praxis. Besonderer Fokus wird auf die Relevanz des Themengebiets Qualitätsmanagement innerhalb verschiedener Phasen des Produktlebenszyklus gelegt. Die Studierenden sind eigenständig befähigt das hierdurch erworbene Wissen im Rahmen des Selbststudiums zu vertiefen und in einem praxisnahen Unternehmensumfeld anzuwenden.

### Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage komplexe Sachverhalte im Themenbereich Qualitätsmanagement sowohl zu verstehen wie auch sinnvoll abzugrenzen. Hierdurch ergibt sich die Fähigkeit, fundierte Entscheidungsempfehlungen auszusprechen. Durch im Rahmen der Vorlesung durchgeführte Gruppenarbeiten wird die Sozialkomponente gestärkt und die Studierenden werden in die Lage versetzt komplexe Aufgabenstellungen sowohl selbstständig wie auch im Team zu bearbeiten. Die hieraus resultierenden Lösungsansätze können von ihnen interpretiert, diskutiert wie auch präsentiert werden.

Die Studierenden werden durch die Vorlesung befähigt an verschiedenen Schnittstellen im Unternehmen zu arbeiten, unter anderem zwischen Qualitätsmanagement und IT.

### Ggf. besondere Methodenkompetenz:

Die Studierenden lernen alltägliche Problemfelder im Qualitätsmanagement zu verstehen und erlernen verschiedene Methoden, um diese erfolgsorientiert zu bearbeiten. Sie sind in der Lage Ergebnisse situationsgerecht zu präsentieren und Probleme sowohl eigenständig wie auch in Zusammenarbeit mit anderen Studierenden zu diskutieren und zu interpretieren.

**Lerninhalte:** Wesentliche Bestandteile des Moduls Qualitätsmanagement:

- Einführung, Historie und allgemeine Informationen
- Normen und Zertifizierungen
- Auditierung
- Methoden (z.B. QFD)
- Anwendung über den Produktlebenszyklus
- Risikomanagement

**Literatur** Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben

### Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>21</sup>	SWS	CP
74631	Qualitätsmanagement	Marc Ebert	V,Ü,P	4	5

### Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>22</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
74631	PLP	100%	

<sup>21</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

<sup>22</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

**Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung**

**Weitere studienbegleitende Rückmeldungen**

**Bemerkungen**

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

## Systemtheorie und Wirtschaftssoziologie

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Manfred Rösle
<b>Modulart</b>	Wahlveranstaltung
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	
<b>Verwendung in anderen SG</b>	
<b>Sprache</b>	Deutsch

---

**Modulziele****Fachliche Kompetenzen**

Die Systemtheorie ist ein mächtiges soziologisches Denk- und Handlungswerkzeug, welches in Organisationen und in der Wirtschaft zur Führung, zur Steuerung und zum Management genutzt werden kann. Die Systemtheorie ist ein Muss für angehende Fach-, Führungs- und Managementkräfte. Die Studierenden erlernen die wesentlichen Aspekte der Systemtheorie.

Ein „System“ ist der Unterschied zwischen System und Umwelt, so der Nukleus der modernen Systemtheorie von Niklas Luhmann. Die Studierenden erlernen Prinzipien zum Verständnis und zur Funktionsweise von Systemen. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, gelingende Interventionen in und an sozialen Systemen wie in Teams, Abteilungen, Organisationen, Projekten oder bei Veränderungen durchzuführen.

In der Vorlesung geht es vorrangig um „soziale Systeme“, hier um Organisationen, Teams, Abteilungen im Kontext von Unternehmen und der Wirtschaft.

Die Studierenden lernen die Prinzipien von Systemen kennen. Sie leiten aus den Prinzipien praktische Erkenntnisse im Umgang mit sozialen Systemen ab und nutzen diese z.B. in Beobachtungs-, Kommunikations-, oder Veränderungsprozessen.

### Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden schärfen ihre Sozialkompetenz durch das Erlernen von systemischen Denkmodellen und deren praktischer Anwendung in der Beobachtung und in der Kommunikation.

### Ggf. besondere Methodenkompetenz:

Die Studierenden lernen praktische Methoden zur Nutzung in Steuerungs-, Management, Führungs-, und Veränderungsprozessen kennen und nutzen.

### Lerninhalte

- Die Definition und Entstehung von Systemen
- Systemtheorie und Psychologie – eine Abgrenzung
- Kompliziert und Komplex, von trivialen und nichttrivialen Maschinen
- Operanten lebendiger Systeme und deren Nutzung in der Praxis
- Kybernetik und Steuerungsfantasien
- Wahrnehmung, Konstruktivismus und die Subjektivität von Wahrheit
- Kommunikationsprozesse beobachten und verstehen
- Soziale Systeme in der Wirtschaft erkennen und beeinflussen
- Teams, Abteilungen, Organisationen unterscheiden und „koppeln“
- Möglichkeiten von Führung und Motivation erkennen und nutzen
- Selbstorganisation als die „bessere Organisation“?
- Wirksame Gestaltung von Veränderungsprozessen
- Über Visionen, Werte, Sinn und Sinnkonstruktionen
- Ablauf- und Aufbauorganisationen mit der systemischen Perspektive
- Über die Demut von Führung und die Subjektivität der eigenen Perspektive
- Lernen in sozialen Systemen
- Anschlussfähige Kommunikation und die Macht der Provokation
- u.v.a.m.

### Literatur

- Einführung in die Systemtheorie (Niklas Luhmann, Carl Auer, 2017)
- Soziale Systeme (Niklas Luhmann, Suhrkamp, 2012)
- Einführung in Systemtheorie und Konstruktivismus (Fritz B. Simon, Carl Auer, 2015)
- Wahrheit ist die Erfindung eines Lügners (von Förster, Pörksen, Carl Auer, 2019)
- Der Baum der Erkenntnis (Maturana, Varela, Fischer, 2020)
- Professionelle Prozessberatung (Glasl, Kalcher, Piber, Haupt Verlag, 2014)
- Führung neu gedacht (Rössel, Servicearchitekt Verlag -KDP-, 2020)

### Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>23</sup>	SWS	CP
74634	Systemtheorie und Wirtschaftssoziologie	Heiko Rössel	V	4	5

<sup>23</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

**Modulprüfung** (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>24</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
74634	PLP	100%	

**Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung**

Für den Erhalt der CPs

- Anwesenheit 80%
- Mitarbeit
- Ausarbeitung verschiedener Aufgaben mit anschließender Präsentation.

Präsentation mit Dokumentation

**Weitere studienbegleitende Rückmeldungen****Bemerkungen**

Gezieltes Üben von Arbeits-Lern-, Präsentations- und Kommunikationstechniken sowie Teamarbeit und Reflexion Professionelles Feedback erfolgt zu Ausarbeitung und Präsentation.

**Letzte Aktualisierung:** 27.02.2025 Christine Schmid

---

<sup>24</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).

## International Marketing

<b>Studiengang</b>	Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)/Business Analytics (B.Sc.)
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Christina Ravens
<b>Modulart</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	Marketing und Marktforschung bzw. Marketing & CRM müssen bestanden sein
<b>Verwendung in anderen SG</b>	Internationale Betriebswirtschaftslehre
<b>Sprache</b>	Englisch

---

### Modulziele

#### **Fachliche Kompetenzen**

Die Studierenden können vermittelte Inhalte des theoretischen und praktischen Wissens im Bereich des Marketings in der Interpretation und Präsentation unterschiedlicher Fallstudien des internationalen Marketings anwenden. Sie können dabei theoretische Grundlagen und Modelle im Bereich des internationalen Marketings auf Case Studies anwenden. Aufgrund der Nutzung von Fallstudien, die laut Barkley et al. (2005), S. 182 die Lücke zwischen Theorie und Praxis aber auch akademischen Leben und Arbeitsplatz überbrücken, können die Studenten Kompetenzen um komplexe Problemstellungen und deren Parameter identifizieren zu können, unterschiedliche Positionen und Szenarien innerhalb und außerhalb des Unternehmens erkennen zu können, und die Lösungsansätze und Alternativen dazu zu analysieren, entwickeln. Studentinnen und Studenten können Problemstellungen, Modelle, Auswirkungen und unterschiedliche Perspektiven im Rahmen der Vorlesung präsentieren.

#### **Überfachliche Kompetenzen**

Durch die Anwendung von Fallstudien können die Studierenden selbständig aber auch in Gruppen arbeiten, Verantwortung übernehmen und Meinungen und Ansichten von Beteiligten berücksichtigen und reflektieren.

**Lerninhalte**

1. Markt- und Kompetenzperspektive als theoretische Grundlage des internationalen Marketings
2. Grundlagen des Konsumentenverhaltens  
Globalisierung & multinationale Unternehmen  
Global Wirtschaftsregionen & Institutionen  
Konsumenten, Industriegüter und  
Servicemarketing
3. Strategische  
Marketingentscheidungen Zielsetzung  
Grundorientierung und strategische Optionen im internationalen Marketing  
Marktsegmentierung
4. Strategien des Markteintritts und der  
Marktbearbeitung Formen des Markteintritts und der  
Marktbearbeitung  
Direkter, indirekter Export; Lizenzierung, Franchising, Joint Ventures, strategische  
Allianzen, Tochtergesellschaften  
Kombination verschiedener Markteintrittsformen  
Erfolgsfaktoren
5. Markenmanagement  
In der Vorlesung werden fünf bis sieben Fallstudien zu aktuellen Themen des  
Internationalen Marketings intensiv bearbeitet und nach umfassendem Coaching  
der Arbeitsgruppen präsentiert und diskutiert.  
Die Themen mit den Schwerpunkten Wachstum, Innovation und globale Märkte  
werden  
zu Semesterbeginn festgelegt.

**Literatur**

- Meffert, Burmann und Becker (2010), Internationales Marketing, Kohlhammer.  
Meffert, Burmann und Kirchgeorg (2014), Marketingmanagement, Springer  
/Gabler Research.  
Benkenstein und Ulrich (2010), Strategisches Marketing, Kohlhammer.  
Mooradian, Matzler und Ring (2008) Strategic Marketing: International Edition,  
Pearson Burmann, Haloszovich, Herrmann und Meffert (2012), Identitätsbasierte  
Markenführung Albaum and Duer (2011), International Marketing and Export  
Management 7/E, Pearson Keller (2012), Strategic Brand Management, Pearson  
Kotler and Armstrong (2011), Principles of Marketing, Pearson  
Backhaus und Voeth (2009) Industriegütermarketing, Vahlen Verlag  
Mathur, U.C.: International Marketing Management: Text and Cases, Los Angeles  
u.a., Sage 2008  
Keegan W.J.: Global Marketing Management, Pearson, 7th edition 2001  
Czinkota, Ronkainen und Zvobgo (2011) International Marketing, Cengage Learning

**Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)**

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art <sup>87</sup>	SWS	CP
90608	International Marketing	Prof. Dr. Christina Ravens	V, Ü	4	5

**Modulprüfung** (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>88</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
90608	PLP	100%	

**Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung**

Der Kurs baut auf den Inhalt des Moduls „Marketing & CRM“ bzw. „Marketing & Marktforschung“ auf

**Bemerkungen:**

**Letzte Aktualisierung:** 12.03.2025 Christine Schmid

---

<sup>88</sup> *PLK Schriftliche Klausurarbeiten*  
*PLS Hausarbeit/Forschungsbericht*  
*PLM Mündliche Prüfung*  
*PLA Praktische Arbeit*

*PLR Referat*  
*PLE Entwurf*  
*PLP Projekt*

*PLL Laborarbeit*  
*PLF Portfolio*  
*PPR Praktikum*

*PLT Lerntagebuch*  
*PMC Multiple Choice*  
*PLC Multimedial gestützte Prüfung*  
*(E-Klausur)*

Modul-Nummer: 42610

SPO-Version: 33

## Produktion und Logistik

<b>Studiengang</b>	B. Sc. Business Analytics
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Manfred Rössle
<b>Modulart</b>	Wahlmodul
<b>Studiensemester</b>	6. Semester
<b>Moduldauer</b>	1 Semester
<b>Zahl LV</b>	1
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Sommersemester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Workload Präsenz</b>	60 Stunden
<b>Workload Selbststudium</b>	90 Stunden
<b>Teilnahmevoraussetzung Modul</b>	
<b>Verwendung in anderen SG</b>	B.Sc. Wirtschaftsinformatik
<b>Sprache</b>	Deutsch

---

### Modulziele

#### Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können die grundlegenden Konzepte des Produktionsmanagements und der Logistik anwenden, indem sie ihr Wissen aus der Vorlesung auf vergleichbare Sachverhalte einsetzen. Die Studierenden sind in der Lage, die Ziele und Denkweisen in der Logistik zu verstehen und die Aufgaben der Logistik zu beschreiben. Die Studierenden können ihr Wissen zu den Bereichen Produktionslogistik, Distributionslogistik, Transportlogistik und Logistikcontrolling einsetzen, um Sachverhalte zu bewerten und auf vorgegebene Fallstudien zu transformieren. Sie können die Bedeutung moderner IT-Lösungen für moderne Logistikkonzepte erklären.

#### Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage einschlägige Aufgaben zu lösen und können selbständig vorgegebene Fallstudien bearbeiten.

#### Ggf. besondere Methodenkompetenz:

Die Studierenden erlernen praxisrelevante Optimierungsmodelle und können diese später auf vergleichbare Situationen anwenden.

**Lerninhalte****Produktion:**

- Materialsflussgerechte Gestaltung des Produktionslayouts
- Produktionsplanung und -steuerung
- Grunddaten - Programmplanung
- Mengenplanung und Dispositonsverfahren
- Zeit- und Kapazitätswirtschaft
- Auftragsfreigabe
- Betriebsdatenerfassung

**Logistik:**

- Teilbereiche, Aufgaben; Ziele und Denkweise in der Logistik
- *Beschaffungslogistik*: Strategien der Materialbereitstellung – Sourcing Konzepte
- *Produktionslogistik*: Logistikgerechte Produktgestaltung – Belastungsorientierte Auftragsfreigabe (BOA) – Optimized Production Technology (OPT) – Fortschrittszahlen – Toyota Produktions System
- *Distributionslogistik*: Gestaltung der Distributionsstruktur – Lagermanagement – Festsetzung des Sicherheitsbestands pro Lagerstufe, Produktgruppe – Verpackungsmanagement, ISO-Grundmodul, Bildung von Ladeeinheiten – Quick Response – Cross Docking – Continuous Replenishment - Efficient Consumer Response
- *Transportlogistik*: Verkehrsträger – Festlegung des Modal Mix: Kombiniertes Verkehr – Ökologische Aspekte der Transportlogistik Logistikcontrolling: Ermittlung der Logistikleistung- und der Logistikkosten – Integration in die Kostenrechnung
- Aufbau von Kennzahlensystemen und Key Performance Indicators

**Literatur**

- Kurbel, Karl: Produktionsplanung und -steuerung im Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management, In aktueller Auflage.
- Schulte, Christof: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain; Vahlen; München In aktueller Auflage.
- Weiterführende Literatur:
- Hausladen, Iris: IT-gestützte Logistik – Systeme – Prozesse – Anwendungen; Gabler, in aktueller Auflage
- Kernler, Helmut: PPS der 3. Generation – Grundlagen, Methoden, Anregungen in der aktuellen Auflage

**Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)**

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrende/r	Art <sup>25</sup>	SWS	CP
42610	Produktionsmanagement	Prof. Dr. Elmar Erkens	V, Ü	2	5
	Logistik	Prof. Dr. Elmar Erkens	V, Ü	2	

**Modulprüfung** (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leist.nachweises <sup>26</sup>	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
42610	PLK (90 Minuten)	100%	

**Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung**
**Weitere studienbegleitende Rückmeldungen**
**Bemerkungen**
**Letzte Aktualisierung:**

<sup>25</sup> Art der Lehrveranstaltung gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 63 BA-TA-18-1; § 55 MA-TA-20-1).

<sup>26</sup> Prüfungsarten gemäß Allgemeiner Teil der SPO (§ 20a BA-TA-18-1; § 18a MA-TA-20-1).