

Modulkatalog des Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb

Kürzel:	MVB
Abschluss:	Bachelor of Science
SPO-Version:	13
SPO-Paragraph:	40
Fakultät:	Wirtschaftsingenieurwesen
Veröffentlichungsdatum:	27.06.2018
Letzte Änderung:	26.02.2019

Inhaltsverzeichnis

Ziele des Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb.....	3
Studiengangsstruktur.....	4
Umsetzungsmatrix.....	5
Modulbeschreibungen	
1. Semester.....	7
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.....	8
Betriebliches Rechnungswesen 1.....	9
Konstruktion und Fertigung.....	11
Mathematik.....	13
Technische Mechanik.....	15
Technisches Englisch 1.....	17
2. Semester.....	19
Angewandte Mathematik.....	20
Betriebliches Rechnungswesen 2.....	23
Elektrotechnik mit Labor.....	25
Marketing und Services.....	27
Physikalische Technik mit Labor.....	29
Technisches Englisch 2.....	32
3. Semester.....	34
Grundlagen Vertrieb.....	35
Informatik.....	37
Marketing Kommunikation.....	39
Marktforschung.....	42
Projektmanagement.....	44
4. Semester.....	47
Elektronik-Komponenten und Anwendungen.....	48
Produktentwicklung Grundlagen.....	50
Produktpolitik.....	53
Projektseminar.....	55
Recht in Marketing und Vertrieb.....	57
Strategisches Marketing.....	59
5. Semester.....	61
Praktisches Studiensemester.....	62
6. Semester.....	64
Produktion.....	65
Strategische Kommunikation.....	68
Supply Chain Management.....	70
Unternehmensführung.....	71
Vertriebsmanagement.....	74
7. Semester.....	76
Mündliche Prüfung.....	77
Thesis.....	79

Ziele des Studiengangs

Fachliche Qualifikationsziele

Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs ...

Überfachliche Qualifikationsziele

Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs ...

Berufliche Qualifikationsziele

Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs ...

Studiengangsstruktur

Modul/ Semester	1	2	3	4	5	6
7	Mündliche Prüfung	Thesis			Wahlpflichtmodul	
6	Produktion	Strategische Kommunikation	Supply Chain Management	Unternehmensführung		Vertriebsmanagement
5	Praktisches Studiensemester					
4	Elektronik-Komponenten und Anwendungen	Produktentwicklung Grundlagen	Produktpolitik	Projektseminar	Recht in Marketing und Vertrieb	Strategisches Marketing
3	Grundlagen Vertrieb	Informatik	Marketing Kommunikation	Marktforschung	Projektmanagement	
2	Angewandte Mathematik	Betriebliches Rechnungswesen 2	Elektrotechnik mit Labor	Marketing und Services	Physikalische Technik mit Labor	Technisches Englisch 2
1	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	Betriebliches Rechnungswesen 1	Konstruktion und Fertigung	Mathematik	Technische Mechanik	Technisches Englisch 1

Umsetzungsmatrix

Qualifikationsziel	Modul
	Betriebliches Rechnungswesen 1
	Konstruktion und Fertigung
	Mathematik
	Technisches Englisch 1
	Angewandte Mathematik
	Betriebliches Rechnungswesen 2
	Elektrotechnik mit Labor
	Marketing und Services
	Physikalische Technik mit Labor
	Technisches Englisch 2
	Marketing Kommunikation

Qualifikationsziel

Modul

Elektronik-Komponenten und Anwendungen
Produktentwicklung Grundlagen
Produktpolitik
Recht in Marketing und Vertrieb
Produktion
Strategische Kommunikation
Supply Chain Management
Vertriebsmanagement
Mündliche Prüfung
Thesis
Summe

1. Semester

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre					
Kennnummer	Workload 180 Std.	Credits/LP 6	Studiensemester 1	Häufigkeit des Angebots Each semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	Sprache a) Deutsch	Kontaktzeit a) 45 Std.	Selbststudium a) 135 Std.	Geplante Gruppengröße a) 50
2	Lernergebnisse/Kompetenzen				
3	Inhalte				
4	Lehrformen a) Lecture				
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine Eingabe vorhanden				
6	Prüfungsformen a) Graded Assessment 1K (70%) (Written Exam) (6 LP insgesamt für alle Teilprüfungsleistung dieser Lehrveranstaltung) ¹ a) Graded Assessment 1sbK (30%, 45 Min.) (Written Exam) ¹				
7	Verwendung des Moduls Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)				
8	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende				
9	Literatur				

¹ In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Betriebliches Rechnungswesen 1					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB:	180 Std.	6	MVB: 1	Jedes Semester	1 Semester
PEB:			PEB: 1		
SMB:			SMB: 1		
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Buchführung und Jahresabschluss	a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 67,5 Std.	a) 60
	b) Kostenrechnung 1	b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 67,5 Std.	b) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... die Grundbegriffe der Kostenrechnung wiedergeben. ... die Grundzüge der Buchführung, der Bilanzierung und des Jahresabschlusses beschreiben.</p> <p>Verständnis (2) ... Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger unterscheiden und einordnen. ... Geschäftsvorfälle erkennen und klassifizieren.</p> <p>Anwendung (3) ... Kostenarten errechnen. ... Buchungssätze erstellen.</p> <p>Analyse (4) ... die Selbstkosten eines Kostenträgers auf Vollkostenbasis ermitteln. ... Jahresabschlüsse anhand von Kennzahlen analysieren.</p> <p>Synthese (5) ... eine einfache Kostenträgerrechnung entwickeln. ... einen einfachen Jahresabschluss gestalten.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... Preisentscheidungen treffen. ... die Vermögens- und Ertragslage eines Unternehmens bewerten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Allgemeine Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens; Inventur und Inventar; Buchführung; Jahresabschluss; Bilanzanalyse.</p> <p>b) - Einführung in die Kostenrechnung; Kostenartenrechnung; Kostenstellenrechnung; Kostenträgerrechnung.</p>				

4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Vorlesung b) Vorlesung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Modulprüfung Betriebliches Rechnungswesen 1 1sbK (40%) (Klausur) (3 LP) Modulprüfung Betriebliches Rechnungswesen 1 1K (60%) (Klausur) (3 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB) Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB) Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Bernhard Plum (Modulverantwortliche/r) Prof. Harald Kopp (Dozent/in) Prof. Dr. Bernhard Plum (Dozent/in) Prof. Dr. Christian van Husen (Dozent/in)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Udo Mandler (2009): Einführung in den Jahresabschluss und Buchführung, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, Online verfügbar unter: http://www.oldenbourglink.com/doi/book/10.1524/9783486592610 Mumm, Mirja (2008): Kosten- und Leistungsrechnung, Internes Rechnungswesen für Industrie- und Handelsbetriebe, Heidelberg: Physica-Verlag HD, Online verfügbar unter http://dx.doi.org/10.1007/978-3-7908-1960-1 Plötner, Olaf (2010): Kosten- und Erlösrechnung, Anschaulich, kompakt, praxisnah, Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, Online verfügbar unter http://dx.doi.org/10.1007/978-3-642-11920-0 Wöhe, Günther; Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Vahlen, 24. Auflage (2010)</p> <p>b) Udo Mandler (2009): Einführung in den Jahresabschluss und Buchführung, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, Online verfügbar unter: http://www.oldenbourglink.com/doi/book/10.1524/9783486592610 Mumm, Mirja (2008): Kosten- und Leistungsrechnung, Internes Rechnungswesen für Industrie- und Handelsbetriebe, Heidelberg: Physica-Verlag HD, Online verfügbar unter http://dx.doi.org/10.1007/978-3-7908-1960-1 Plötner, Olaf (2010): Kosten- und Erlösrechnung, Anschaulich, kompakt, praxisnah, Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, Online verfügbar unter http://dx.doi.org/10.1007/978-3-642-11920-0 Wöhe, Günther; Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Vahlen, 24. Auflage (2010)</p>

¹ Im Fall des Nichtbestehens einer Teilprüfungsleistung sind alle Teilprüfungen zu wiederholen.

Konstruktion und Fertigung					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB:	180 Std.	6	MVB: 1	Each semester	1 Semester
PEB:			PEB: 1		
SMB:			SMB: 1		
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Grundlagen Konstruktion	a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 90 Std.	a) 60
	b) Werkstoffe und Fertigung	b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 45 Std.	b) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde</p> <p>Wissen (1) ... kennen die Studierenden wichtige technische Werkstoffe und Fertigungsverfahren. ... sind die Studierenden in der Lage, einfache Technische Zeichnungen zu lesen.</p> <p>Verständnis (2) ... können die Studierenden technische Systeme anhand von Zeichnungen erläutern und verstehen dabei die wesentlichen Funktionen. ... verstehen die Studierenden die Abhängigkeit zwischen verwendetem Werkstoff, angewandtem Fertigungsverfahren und zugehörigen Konstruktionsgrundsätzen.</p> <p>Anwendung (3) ... bewerten die Studierenden unterschiedliche Fertigungsverfahren hinsichtlich ihrer Anwendung auf Werkstoffe und Konstruktionen. ... lösen die Studierenden eigenständig typische Aufgabenstellungen in den genannten Bereichen. ... skizzieren die Studierenden Bauteile und technische Systeme in verschiedenen Ansichten.</p> <p>Analyse (4) ... stellen die Studierenden einfache Konstruktionen vor. ... hinterfragen die Studierenden fertigungstechnische Verfahren kritisch hinsichtlich ihrer Anwendbarkeit für anliegende Problemstellungen. ... prüfen die Studierenden anhand von Aufgabenstellungen den Einsatz von bestimmten Werkstoffen und Fertigungsverfahren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Grundlagen des technischen Zeichnens: normgerechtes Darstellen von Einzelteilen und Baugruppen; Projektionen; Schnitte; Bemaßen; Tolerieren - Zeichnungsnormen - Einstieg in die Modell- und Zeichnungserstellung mit CAD - Lesen von Einzelteil- und Baugruppenzeichnungen</p> <p>b) - Grundlagen der Werkstofftechnik und Einteilung der Werkstoffe; Darstellung der wichtigsten Werkstoffe mit ihren Eigenschaften; Anwendungsbeispiele</p>				

	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Fertigungstechnik und Einteilung der Fertigungsverfahren. Darstellung der wichtigsten Fertigungsverfahren mit Anwendungsbeispielen - Erarbeiten von Kriterien bei der Auswahl von Werkstoff- und Fertigungstechnik bei verschiedenen technischen Produkten. Erarbeiten (exemplarisch) der Wechselwirkungen zwischen Werkstoffauswahl und Wahl des Fertigungsverfahrens
4	Lehrformen a) Lecture b) Lecture
5	Teilnahmevoraussetzungen keine
6	Prüfungsformen Modulprüfung Konstruktion und Fertigung 1K (120 Min.) (Written Exam) (6 LP) Modulprüfung Konstruktion und Fertigung 1sbA (Practical Work) (0 LP)
7	Verwendung des Moduls Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB) Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB) Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)
8	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Christian Krause (Module Responsible) Prof. Dr. Hans-Georg Enkler (Lecturer)
9	Literatur a) Hoischen: Technisches Zeichnen, Cornelsen Verlag Seidel: Werkstofftechnik, Hanser Verlag Warnecke: Einführung in die Fertigungstechnik, Vieweg+Teubner Verlag

¹ In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Mathematik					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB: PEB: SMB:	90 Std.	3	MVB: 1 PEB: 1 SMB: 1	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Mathematik 1	a) Deutsch	a) 45 Std.	a) 45 Std.	a) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde</p> <p>Wissen (1) ... haben die Studierenden Kenntnis von den grundlegenden mathematischen Notationen, Sprechweisen, Darstellungsweisen, Techniken und Verfahren.</p> <p>Verständnis (2) ... verstehen die Studierenden die Bedeutung der Mathematik bei der Beschreibung und Behandlung betriebswirtschaftlicher und technischer Anwendungsprobleme. ... können die Studierenden die grundlegenden mathematischen Verfahren am Beispiel erläutern und verstehen die wesentlichen Funktionsweisen.</p> <p>Anwendung (3) ... nutzen die Studierenden Computeralgebra-Systeme zielgerecht zur Lösung mathematischer Standardaufgaben. ... erkennen die Studierenden im Rahmen der Bearbeitung von Anwendungsproblemen auftretende, grundlegende mathematische Problemstellungen und lösen diese mit geeigneten Verfahren. ... lösen die Studierenden eigenständig typische Aufgabenstellungen in den genannten Bereichen.</p> <p>Analyse (4) ... prüfen und beurteilen die Studierenden berechnete Ergebnisse kritisch hinsichtlich ihrer Aussage für die zugrunde liegenden Anwendungsprobleme. ... hinterfragen die Studierenden berechnete Ergebnisse kritisch hinsichtlich ihrer mathematischen Korrektheit.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... verfügen die Studierenden über die grundlegenden mathematischen Voraussetzungen und Werkzeuge für die weiterführenden betriebswirtschaftlichen und technischen Module.</p>				
3	Inhalte				
4	Lehrformen				
	a) Vorlesung				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Grundwissen im Bereich der Algebra, der Geometrie und der Vektorrechnung aus der Schule.				

6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Prüfungsleistung 1K (Klausur) (3 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Max Krüger (Modulverantwortliche/r)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Papula, Lothar: Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler Band 1: Ein Lehr- und Arbeitsbuch für das Grundstudium (13. Auflage), Wiesbaden, Vieweg+Teubner Verlag, 2011. (ISBN-13: 978-3-8348-1749-5)</p> <p>Koch, Jürgen; Stämp e, Martin: Mathematik für das Ingenieurstudium (2. Auflage). München, Hanser Verlag, 2013. (ISBN: 978-3-446-43388-5)</p> <p>Dietmaier, Christopher: Mathematik für Wirtschaftsingenieure (1. Auflage). München, Wien, Fachbuchverlag Leipzig im Carl Hanser Verlag, 2005. (ISBN-10: 3-446-22337-1)</p>

¹ Im Fall des Nichtbestehens einer Teilprüfungsleistung sind alle Teilprüfungen zu wiederholen.

Technische Mechanik					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB: PEB: SMB:	180 Std.	6	MVB: 1 PEB: 1 SMB: 1	Each semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Technische Mechanik	Sprache a) Deutsch	Kontaktzeit a) 67,5 Std.	Selbststudium a) 112,5 Std.	Geplante Gruppengröße a) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... grundlegende Vorgehensweisen in Statik, Festigkeitslehre und Dynamik umreißen.</p> <p>Verständnis (2) ... die Entstehung verschiedener Spannungsarten nachvollziehen. ... die Zusammenhänge zwischen Kräften und Momenten in Bezug auf die Gleichgewichtslage eines starren Körpers verstehen.</p> <p>Anwendung (3) ... das Prinzip von d'Alembert und den Energiesatz anwenden. ... Festigkeitsberechnungen für statische Belastungen durchführen. ... statische Problemstellungen unter Verwendung des Prinzips des Freischneidens und der anschließenden Aufstellung der Gleichgewichtsbedingungen lösen.</p> <p>Analyse (4) ... den Einfluss von Beschleunigungen auf massebehaftete Körper beurteilen. ... den Einfluss von Kräften und Momenten bezüglich des Gleichgewichts und der Spannungen analysieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) 1. Kraftbegriff, Kräftezerlegung/-reduktion, Moment, Gleichgewichtsbedingungen, statisch bestimmte Lagerung, Fachwerke, Innere Schnittgrößen, Schwerpunkt, Haftung und Reibung 2. Druck- und Zugbeanspruchung, Hooke'sches Gesetz, Schnittgrößen bei der Biegung, Torsion, zusammengesetzte Beanspruchungen 3. Newton'sches Grundgesetz, Prinzip von d'Alembert 4. Rotation, Massenträgheitsmoment 5. Energie und Leistung, Energieerhaltungssatz</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Lecture / Practical</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Trigonometrische Funktionen sowie das Lösen von Gleichungssystemen sollten bekannt sein.</p>				

6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Graded Assessment 1K (Written Exam) (6 LP insgesamt für alle Teilprüfungsleistung dieser Lehrveranstaltung)</p> <p>a) Non Graded Assessment 1sbH (Written Elaboration)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Hartmut Katz (Module Responsible)</p> <p>Prof. Dr. Christian Krause (Lecturer)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Gross; Hauger; Schnell: Technische Mechanik 1-3, Springer Lehrbuch</p> <p>Wolfgang H. Müller; Ferdinand Ferber: Technische Mechanik für Ingenieure, Hanser</p> <p>Alfred Böge: Technische Mechanik, Vieweg</p> <p>Ulrich Gabbert; Ingo Raecke: Technische Mechanik für Wirtschaftsingenieure, Hanser</p>

¹ In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Technisches Englisch 1					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB: PEB: SMB:	90 Std.	3	MVB: 1 PEB: 1 SMB: 1	Each semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Technisches English, Anforderungen siehe (9)	Sprache a) English	Kontaktzeit a) 22,5 Std.	Selbststudium a) 67,5 Std.	Geplante Gruppengröße a) 60
2	Lernergebnisse/Kompetenzen Nach Abschluss des Kurses beherrschen die Studierenden die Fertigkeiten der GERR Stufe B 1.2.				
3	Inhalte a) 1. Themen: Berichte, Projekte, Design, Disaster, Materialien, Zukunftstechnologien 2. Grammatik: Zeiten, indirekte Rede, Passiv, Adjektiven & Adverbien, modale Hilfsverben, Bedingungsa#tze, Vergleiche und Superlative 3. Fertigkeiten: Vertiefung der 4 Grundfertigkeiten: Sprechen, Ho#ren, Lesen, Schreiben 4. Berichte schreiben, Prozesse beschreiben, Informationen analysieren				
4	Lehrformen a) Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen # English 5 - Technology 2, mittlere bis gute Englischkenntnisse				
6	Prüfungsformen a) Graded Assessment 1K (50%) (Written Exam) (3 LP insgesamt für alle Teilprüfungsleistung dieser Lehrveranstaltung) ¹ a) Graded Assessment 1sbA (50%) (Practical Work) ¹				
7	Verwendung des Moduls Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB) Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB) Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)				
8	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Lutz Leuendorf (Module Responsible)				

9	Literatur a) Technical English 3, Pearson Longman, ISBN 978-1-4082-2947-7
----------	---

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

2. Semester

Angewandte Mathematik					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB: PEB: SMB:	180 Std.	6	MVB: 2 PEB: 2 SMB: 2	Each semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Mathematik 2 b) Statistik	a) Deutsch b) Deutsch	a) 45 Std. b) 22,5 Std.	a) 75 Std. b) 37,5 Std.	a) 60 b) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul Angewandte Mathematik werden die Studierenden den mathematischen und stochastischen Anforderungen der weiterführenden Fächer gerecht und sind in der Lage, sich in weitere Verfahren einzuarbeiten. Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde</p> <p>Wissen (1) ... haben die Studierenden Kenntnis von wichtigen Anwendungen, Techniken und Verfahren der weiterführenden Ingenieurmathematik und angewandten Statistik.</p> <p>Verständnis (2) ... können die Studierenden wichtige Verfahren der angewandten Mathematik am Beispiel erläutern und verstehen dabei die wesentlichen Funktions- und Vorgehensweisen. ... setzen die Studierenden den Computer zielgerichtet zur Unterstützung bei der Lösung von (Teil-) Aufgaben aus der angewandten Mathematik ein. ... verstehen die Studierenden die Bedeutung der angewandten Mathematik bei der Beschreibung und Behandlung fortgeschrittener und komplexer Anwendungsprobleme.</p> <p>Anwendung (3) ... arbeiten sich die Studierenden bei Bedarf in neue mathematische und statistische Verfahren ein. ... erkennen die Studierenden im Rahmen der Bearbeitung von komplexen Anwendungsproblemen auftretende, mathematische und statistische Problemstellungen und lösen diese mit geeigneten Verfahren. ... lösen die Studierenden eigenständig typische Aufgabenstellungen in den genannten Bereichen.</p> <p>Analyse (4) ... hinterfragen die Studierenden mathematische und statistische Verfahren kritisch hinsichtlich ihrer Anwendbarkeit für anliegende Problemstellungen und prüfen Ergebnisse auf Plausibilität.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... interpretieren und beurteilen die Studierenden die Ergebnisse im Anwendungskontext.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Komplexe Zahlen: Darstellungsformen, Grundrechenarten, Zeigerdiagramme und harmonische Schwingungen - Gewöhnliche Differenzialgleichungen: Grundlagen, Anfangs- und Randwertprobleme, Richtungsfelder, elementare Lösungsmethoden, lineare Differenzialgleichungen 1. Ordnung, lineare Differenzialgleichungen 2. Ordnung mit konstanten Koeffizienten, Anwendungen</p>				

	<ul style="list-style-type: none"> - Lineare Algebra: Matrizen, Determinanten, Eigenwerte - Mehrdimensionale Differenzialrechnung: Funktionen mit mehreren Variablen, partielle Ableitungen, lokale Extremwerte und Anwendungen - #Reihen: Unendliche Reihen, Potenz-, Taylor- und Fourier-Reihen - #Mehrdimensionale Integralrechnung: Koordinatensysteme in Ebene und Raum, Doppelintegrale und Dreifachintegrale - Vektoranalysis: Gradient, Divergenz, Rotation, Kurven und Fla#chen in Ebene und Raum, Kurvenintegrale und Fla#chenintegrale <p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deskriptive Statistik: Merkmale, Stichproben, tabellarische und grafische Darstellungen, Lage- und Streuungsma#e, Korrelation und Regression - #Zufall und Wahrscheinlichkeit: Zufallsexperimente, Ereignisse, Wahrscheinlichkeiten, Wahrscheinlichkeitsrechnung, bedingte Wahrscheinlichkeiten - #Verteilungen: Zufallsvariablen, Wahrscheinlichkeitsverteilungen, Normalverteilung - #Scha#tztheorie: Scha#tzfunktionen und Konfidenzintervalle - #Testtheorie: Grenzwertsa#tze, Parameter- und Unabha#ngigkeitstests - Statistik-Software: Einfu#hrung und Nutzung
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Lecture</p> <p>b) Lecture</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Die Inhalte des Moduls Mathematik aus dem 1. Semester werden vorausgesetzt.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Modulprüfung Angewandte Mathematik 1K (Written Exam) (6 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Max Krüger (Module Responsible)</p>

- a) Papula, Lothar: Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler Band 1+2+3. Ein Lehr- und Arbeitsbuch für das Grundstudium (13., 13. und 6. Auflage), Wiesbaden, Vieweg+Teubner Verlag, 2011 (ISBN-13: 978-3-8348-1749-5, 978-3-8348-8643-9 und 978-3-8348-8133-5)
- Koch, Jürgen; Stämpfle, Martin: Mathematik für das Ingenieurstudium (2. Auflage), München, Hanser Verlag, 2013 (ISBN: 978-3-446-43388-5)
- Dietmaier, Christopher: Mathematik für Wirtschaftsingenieure, München, Wien, Fachbuchverlag Leipzig im Carl Hanser Verlag, 2005, (ISBN-10: 3-446-22337-1)
- Fahrmeir, Ludwig; Künstler, Rita; Pigeot, Iris; Tutz, Gerhard: Statistik: Der Weg zur Datenanalyse, Heidelberg, Berlin, Springer Verlag, 2010, (ISBN-13: 978-3-642-01938-8)
- Tiemann, Veith: Statistik für Studienanfänger, Konstanz, München, UVK Verlagsgesellschaft, 2012 (ISBN-13: 978-3-8252-35744-1)
- Schwarze, Jochen: Grundlagen der Statistik Band 1+2 (11. und 9. Auflage), Herne, Berlin, NWB-Verlag, 2009 (ISBN-13: 978-3-482-59481-6 und 978-3-482-56869-5)

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Betriebliches Rechnungswesen 2					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB: PEB: SMB:	90 Std.	3	MVB: 2 PEB: 2 SMB: 2	Each semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Kostenrechnung 2	a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 67,5 Std.	a) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... die wichtigsten Methoden und Verfahren der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung beschreiben. ... die Bedeutung und Struktur der Kostenrechnung und deren Ablauf verstehen. ... Systeme der Plankostenrechnung, Teilkostenrechnung und Prozesskostenrechnung beschreiben.</p> <p>Anwendung (3) ... die Methoden und Verfahren der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung anwenden. ... Kostenrechnungssysteme und deren Instrumente sowie im Hinblick auf die Lösung von Entscheidungsproblemen anwenden.</p> <p>Analyse (4) ... die Schwächen der Methoden der Kosten-, Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung beurteilen und diese in die Entscheidungsfindung einzubeziehen.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... Methoden und Verfahren der Kosten- sowie der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung auswählen und diese Auswahl begründen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) 1. Systeme der Plankostenrechnung 2. Systeme der Teilkostenrechnung 3. Prozesskostenrechnung 4. Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Lecture</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Die Studierenden sollten das Modul Betriebliches Rechnungswesen 1 gehört haben (Anmerkung: Bestehen ist kein Muss).</p>				

6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Graded Assessment 1K (Written Exam) (3 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Harald Kopp (Module Responsible)</p> <p>Prof. Harald Kopp (Lecturer)</p> <p>Prof. Dr. Bernhard Plum (Lecturer)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Mumm, Mirja (2019): Kosten- und Leistungsrechnung. Internes Rechnungswesen für Industrie- und Handelsbetriebe. 3. Aufl. Berlin, Heidelberg, Springer Gabler.</p> <p>Plötner, Olaf (2010): Kosten- und Erlösrechnung. Anschaulich, kompakt, praxisnah. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.</p> <p>Poggensee, Kay (2015): Investitionsrechnung. Grundlagen – Aufgaben – Lösungen. 3. Aufl. Wiesbaden : Springer Gabler.</p>

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Elektrotechnik mit Labor					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB:	180 Std.	6	MVB: 2	Each semester	1 Semester
PEB:			PEB: 2		
SMB:			SMB: 2		
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Elektrotechnik	a) Deutsch	a) 45 Std.	a) 75 Std.	a) 56
	b) Elektrotechnik Labor	b) Deutsch	b) 11,25 Std.	b) 48,75 Std.	b) 28
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... die typischen Bauformen und Anwendungen von Widerständen sowie von Messgeräten und Messverfahren der Elektrotechnik beschreiben. ... die wesentlichen Grundgrößen, Einheiten und Begriffe der Elektrotechnik auf Deutsch und Englisch benennen.</p> <p>Verständnis (2) ... die wesentlichen Grundbeziehungen, Zusammenhänge und Einflussparameter der Elektrotechnik beschreiben. ... das Verhalten und die charakteristischen Eigenschaften von elektrotechnischen Grundsaltungen und Bauelementen sowie die wichtigsten Darstellungsarten anhand von Beispielen erläutern.</p> <p>Anwendung (3) ... Netzgeräte, analoge und digitale Multimeter und Oszilloskope sowie Temperaturmessgeräte bedienen. ... die Grundsaltungen der Elektrotechnik und die erforderlichen Bauelemente systematisch berechnen. ... typische elektrotechnische Aufgabenstellungen (Übungsaufgaben, Praxisfälle, Laborversuche) lösen und die Ergebnisse normgerecht darstellen.</p> <p>Analyse (4) ... die Eigenschaften und Auslegung von typischen Bauelementen, Geräten und Schaltungen auch unter ganzheitlichen Aspekten analysieren und bewerten. ... die Ergebnisse von typischen elektrotechnischer Messungen/Laborversuchen analysieren und bewerten.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... die wichtigsten praktischen Anwendungsmöglichkeiten von elektrischen Strömen, Spannungen, Ladungen, Energien und Leistungen und die damit eventuell verknüpften Gefährdungen realistisch einschätzen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) Grundlagen der Elektrotechnik</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe, Grundbeziehungen, Gefahren, messtechnische Grundlagen - Schaltplandarstellung, Blockschaltbild, Kennliniendarstellung, Datenblatt - Berechnungsmethoden elektrischer Grundsaltungen und Netzwerke - #Elektrisches Stro#mungsfeld, Widersta#nde, Temperaturabha#ngigkeit 				

	<ul style="list-style-type: none"> - Elektrostatisches Feld: Grundlagen, Kondensatoren - #Magnetisches Feld: Grundlagen, Kraftwirkungen, Induktionsgesetz - #Kennwerte sinusfo#rmiger Wechselgro#ßen - Interdisziplina#re Aspekte wie Wirtschaftlichkeit, Aufbau- und Fertigungstechnik, Normung, Standardisierung, Systemintegration, Dokumenta#tion, Ma#rkte <p>b) Grundlagenorientierte Elektrotechnik-Laborpraxis mit typischen Messgeräten und Messverfahren, Netzgeräten, Bauelementen und Schaltungen, Auswertungsmethoden und Darstellungen, Protokoll</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analoge und digitale Multimeter, digitales Speicheroszilloskop, Funktionsgenerator - Strom- und Spannungsmessungen, Widerstandsmessungen, Temperaturmessungen, Messung der Kenngro#ßen zeitvera#nderlicher Signale - Bauelementekennlinien, Eigenschaften und Kennlinien von Netzgera#ten und Solarmodul
4	<p>Lehrformen</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Lecture b) Practical / Lab
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Die Module Mathematik und Technische Mechanik sollten absolviert sein. Die Sicherheitsunterweisung muss absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <ul style="list-style-type: none"> b) Non Graded Assessment 1sbL (Laboratory) (1 LP) Modulprüfung Elektrotechnik mit Labor 1K (Written Exam) (5 LP) Modulprüfung Elektrotechnik mit Labor 1sbH (Written Elaboration) (0 LP)
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Ute Diemar (Module Responsible)</p>
9	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Albach, M.: Elektrotechnik. Pearson, München 2011 Albach, M.; Fischer, J.: Elektrotechnik Aufgabensammlung mit Lösungen, Pearson, München 2012 Hering, E.; Martin, R.; Stohrer, M.: Physik für Ingenieure, Springer, Berlin 2012 Nerreter, W.: Grundlagen der Elektrotechnik, Hanser, München 2011

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Marketing und Services					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB: PEB: SMB:	180 Std.	6	MVB: 2 PEB: 2 SMB: 2	Each semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Einführung Marketing und Vertrieb	a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 37,5 Std.	a) 60
	b) Einführung Service Management	b) Deutsch	b) 45 Std.	b) 75 Std.	b) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... Grundlagen der Unternehmensfunktionen Produktmanagement, Vertrieb und Service Management.</p> <p>Verständnis (2) ... Resultate von Maßnahmen und Konzepten bewerten, um diese weiter zu entwickeln oder anzupassen.</p> <p>Anwendung (3) ... diese abstrakten Kenntnisse auf konkrete Unternehmen und Branchen übertragen.</p> <p>Analyse (4) ... Analyse von Märkten, Wettbewerbern, Konsumverhalten usw. zur Entwicklung von Maßnahmen/Strategien.</p> <p>Synthese (5) ... aus dem Vergleich von Ist-Analyse und Zielvorgabe Konzepte und Pläne entwickeln.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... Resultate von Maßnahmen und Konzepten bewerten, um diese weiter zu entwickeln oder anzupassen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Grundlagen des Produktmix, einschließlich der zugehörigen Services</p> <p>- #Aufbau von Marketing-, Vertriebs- und Serviceorganisationen und deren Eingliederung in Unternehmen</p> <p>- #Marketinginstrumente und Entwicklung eines Marketingmix</p> <p>- #Entwicklung von vermarktbareren Dienstleistungen (Service Engineering)</p> <p>- #Kundenzufriedenheit und Servicequalita#t</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Lecture</p> <p>b) Lecture</p>				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Graded Assessment 1sbPN (Presentation) (1 LP)</p> <p>b) Graded Assessment 1sbK (30 Min.) (Written Exam) (1 LP)</p> <p>Modulprüfung Marketing und Services 1K (Written Exam) (4 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Thomas Moeser (Module Responsible)</p> <p>Prof. Dr. Katja Gutsche (Lecturer)</p> <p>Prof. Jörg Johannsen (Lecturer)</p> <p>Prof. Lutz Leuendorf (Lecturer)</p> <p>Prof. Dr. Christian van Husen (Lecturer)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Skript: Einführung Marketing und Vertrieb</p> <p>Kotler, Philip; Bliemel, Friedhelm: Marketing Management, Schäffer-Poeschel Verlag</p> <p>b) Haller, Sabine: Dienstleistungsmanagement</p>

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Physikalische Technik mit Labor					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB:	180 Std.	6	MVB: 2	Each semester	1 Semester
PEB:			PEB: 2		
SMB:			SMB: 2		
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Physikalische Technik	a) Deutsch	a) 45 Std.	a) 75 Std.	a) 60
	b) Physikalische Technik Labor	b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 37,5 Std.	b) 2
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde</p> <p>Wissen (1) ... benennen die Studierenden die grundlegenden physikalische Darstellungsweisen, Techniken und Verfahren.</p> <p>Verständnis (2) ... können die Studierenden die grundlegenden physikalische Verfahren am Beispiel erläutern. ... verstehen die Studierenden die Bedeutung der Physik bei der Beschreibung und Behandlung technischer Anwendungsprobleme.</p> <p>Anwendung (3) ... sind die Studierenden in der Lage Fehler unmittelbar gemessener oder durch Messungen ermittelter Resultate zu erkennen und zu berechnen. ... können die Studierenden theoretische Wissen an realen Objekten anwenden und eigenständig typische Aufgabenstellungen lösen. ... lösen die Studierenden im Rahmen der Bearbeitung von Anwendungsproblemen auftretende, grundlegende physikalische Problemstellungen.</p> <p>Analyse (4) ... hinterfragen die Studierenden berechnete Ergebnisse kritisch hinsichtlich ihrer physikalischen Korrektheit.</p> <p>Synthese (5) ... prüfen und begründen die Studierenden berechnete Ergebnisse kritisch hinsichtlich ihrer Aussage für die zugrunde liegenden Anwendungsprobleme.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Physikalische Größen (Definition und Maßeinheit, Messungen) - Geometrische Optik <ul style="list-style-type: none"> - Natur und Ursprung des Lichts - Reflexionsgesetz und Brechungsgesetz - Dispersion - Linsen und optische Instrumente - Photometrie und Lichttechnik 				

	<ul style="list-style-type: none"> - #Wellen und Wellenoptik <ul style="list-style-type: none"> - Interferenz (zwei Punktlichtquellen, an planparallelen Platten, Vielstrahlinterferenz) - Beugung (Einzelspalt, Doppelspalt und Gitter) - #Schwingungen <ul style="list-style-type: none"> - Harmonische Schwingungen (frei ungeda#mpfte, frei geda#mpfte und erzwungene) und deren Anwendungen - # Mechanik von Flu#ssigkeiten und Gasen <ul style="list-style-type: none"> - Hydrostatik (Schweredruck, Auftrieb, Grenzfla#cheneffekte), - Hydrodynamik (Bernoulli Gleichung und deren Anwendungen, Laminare Stro#mung und Umstro#mung, Reynold Zahl) - # Thermodynamik <ul style="list-style-type: none"> - Temperatur und thermische Ausdehnung, das ideale Gas, Erster Hauptsatz - Phasenu#berga#nge, Zustandsgleichung idealer und realer Gase, Zweiter Hauptsatz - Kreisprozesse und deren Anwendungen (Wa#rmekraftmaschine, Ku#hlmaschine, Wa#rmepumpe) - Wa#rmeu#bertragung (Wa#rmeleitung, Konvektion und Wa#rmeabstrahlung) - Vertiefung theoretischen Wissens an realen Objekten <p>b) - Anleitung zur Fehlerrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zufa#llige Messabweichungen - Systematische Messabweichungen - Fortpflanzung der Messunsicherheit <p>Folgende Versuche werden durchgef#hrt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mechanik von Festko#rpern und Flu#ssigkeiten <ul style="list-style-type: none"> - Der Elastizita#ts- und Torsionsmodul - Untersuchungen am Federpendel - Geda#mpfte und erzwungene Schwingungen - Stro#mungsmessung im Windkanal und im Freiluftstrahl - # Optik <ul style="list-style-type: none"> - Brennweite du#nner Linsen - Photometrie von LEDs - Beugung, Brechung und Dispersion - Beugung am Spalt, Doppelspalt und Gitter - # Thermodynamik <ul style="list-style-type: none"> - Bestimmung des Wa#rmeausdehnungskoeffizienten - Allgemeine Gasgleichung (Gay-Lussac und Boyle-Marriot)
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Lecture</p> <p>b) Practical / Lab</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine Eingabe vorhanden</p>
6	<p>Pr#fungsformen</p> <p>b) Non Graded Assessment 1sbL (Laboratory) (2 LP)</p> <p>Modulpr#fung Physikalische Technik 1K (Written Exam) (4 LP)</p>

7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Gerhard Kirchner (Module Responsible)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Paul A. Tipler: Physik für Ingenieure und Naturwissenschaftler, Spektrum Verlag, 2006.</p> <p>E. Hering; R. Martin; M. Stohrer: Physik für Ingenieure, Springer Verlag, 2007.</p> <p>Lindner: Physik für Ingenieure, Fachbuchverlag Leipzig, 1999.</p>

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Technisches Englisch 2					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB: PEB: SMB:	90 Std.	3	MVB: 2 PEB: 2 SMB: 2	Each semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Technisches English, Anforderungen siehe (9)	Sprache a) English	Kontaktzeit a) 22,5 Std.	Selbststudium a) 67,5 Std.	Geplante Gruppengröße a) 60
2	Lernergebnisse/Kompetenzen Nach Abschluss des Kurses beherrschen die Studierenden die Fertigkeiten der GERR Stufe B 2.1.				
3	Inhalte a) 1. Themen: Innovation, Design, Systeme, Verfahren, Arbeitsabläufe, Risikoanalyse, Krisenmanagement 2. Grammatik: je nach Bedarf, Zeiten, Gerundien, Phrasenverben, If-Konstruktionen 3. Fertigkeiten: Vertieftes Leseverstehen, Diskutieren, Zusammenfassen, Präsentieren und Schreiben				
4	Lehrformen a) Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen - English 6 - Technology 3 mit Note besser als 2,0 abgeschlossen # - Eingangstest bestanden - #gute Englischkenntnisse				
6	Prüfungsformen a) Graded Assessment 1sbA (50%) (Practical Work) (3 LP insgesamt für alle Teilprüfungsleistung dieser Lehrveranstaltung) ¹ a) Graded Assessment 1K (50%) (Written Exam) ¹				
7	Verwendung des Moduls Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB) Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB) Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)				
8	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Lutz Leuendorf (Module Responsible)				

9

Literatur

- a) Technical English: Vocabulary and Grammar, Summertown, ISBN 1902741765
Grammar and Homework script Campus Furtwangen = Nr. 815

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

3. Semester

Grundlagen Vertrieb					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB:	180 Std.	6	MVB: 3	Each semester	1 Semester
PEB:			PEB: 3		
SMB:			SMB: 3		
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Einführung Vertrieb	a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 67,5 Std.	a) 60
	b) Grundlagen des Rechts	b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 67,5 Std.	b) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde</p> <p>Wissen (1) ... können die Studierenden die Struktur des deutschen Rechtssystems und die verfassungsrechtlichen Wertentscheidungen sowie vertriebliche Grundlagen wiedergeben.</p> <p>Verständnis (2) ... verstehen die Studierenden die juristische Arbeitstechnik und die grundlegenden Regelungen des Privatrechts verstehen. Sie verstehen vertriebliche Grundfragen und -probleme und deren Lösungsansätze.</p> <p>Anwendung (3) ... können die Studierenden im Rechtsbereich gesetzliche Anspruchsgrundlagen auf einfache Sachverhalte prüfen und sind in der Lage vertriebsrelevante Fragestellungen im Rahmen der Unternehmenszielsetzung zu bearbeiten.</p> <p>Analyse (4) ... können die Studierenden komplexe Sachverhalte in Grundzügen in die rechtlich relevanten Sachverhalte aufschlüsseln und die Rechtsbeziehungen der Beteiligten ermitteln. Sie sind in der Lage bei ausgewählten vertrieblichen Fragestellungen fundierte Entscheidung ggf. mittels Berechnungen herbeizuführen.</p> <p>Synthese (5) ... können die Studierenden einfache Sachverhalte rechtskonform gestalten und ein Vertriebskonzept unter Einbeziehung rechtlicher Fragestellungen erstellen.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... können die Studierenden die Erfolgsaussichten einer einfachen bürgerlich-rechtlichen Klage bewerten und vertriebliche Fragestellungen in Ihren Grundzügen erfassen, bewerten und beantworten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Grundlagen Vertrieb - #Vertriebsstrategie - #Vertriebsinformationsmanagement</p> <p>b) - Einfu#hrung - #Staatsrecht - #Bu#rgerliches Recht #</p>				

	- Handelsrecht
4	Lehrformen a) Lecture b) Lecture
5	Teilnahmevoraussetzungen keine
6	Prüfungsformen a) Graded Assessment 1K (45 Min.) (Written Exam) (3 LP) b) Non Graded Assessment 1sbK (45 Min.) (Written Exam) (3 LP)
7	Verwendung des Moduls Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB) Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB) Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)
8	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Jörg Johannsen (Module Responsible) Prof. Jörg Johannsen (Lecturer)
9	Literatur a) Becker, Jochen: Marketing Konzeption, 10. Auflage, Verlag Vahlen, München 2013 Homburg, CH.; Schäfer, H.; Schneider, J.: Sales Excellence - Vertriebsmanagement mit System, 6. Auflage Wiesbaden 2010, Verlag Gabler Hoppen, Dieter: Vertriebsmanagement, Verlag Oldenbourg, München 1999 Johannsen Jörg: Skript Vertrieb, 2013, Skript Nr. 360/1 und 360/2 Weis, H. C.: Verkaufsmanagement, 7. Auflage, Herne 2010, Verlag Kiehl Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb, 8. Auflage, München 2013, Verlag Oldenbourg Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, 3. Auflage, München 2005, Verlag Franz Vahlen b) Model; Creifelds: Staatsbürger-Taschenbuch, Verlag C.H. Beck Wirtschaftsgesetze, Loseblatt-Textsammlung, Verlag C.H. Beck

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Informatik					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB:	180 Std.	6	MVB: 3	Jedes Semester	1 Semester
PEB:			PEB: 3		
SMB:			SMB: 3		
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Datenbanksysteme	a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 37,5 Std.	a) 60
	b) Programmierung	b) Deutsch	b) 45 Std.	b) 75 Std.	b) 60
2	Lernergebnisse/Kompetenzen				
	Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden				
	Wissen (1)				
	... Prinzipielle Funktionsweise eines Datenbankmanagementsystems benennen und Einsatzmöglichkeiten desselben im Web-Umfeld umreißen.				
	... Datentypen und Programmierstrukturen einer objektorientierten Programmiersprache benennen.				
	Verständnis (2)				
	... Komplexe Kommandos zur Datenbankmanipulation und -abfrage verstehen.				
	... Quelltexte einer objektorientierten Programmiersprache lesen und interpretieren.				
	Anwendung (3)				
	... Werkzeuge zur Verwendung von Datenbanken nutzen.				
	... Implementierungen unter Verwendung vorgegebener Softwarebestandteile durchführen.				
	... Problemstellungen unter Verwendung geeigneter Programmierwerkzeuge eigenständig in Quelltexte transferieren.				
	Synthese (5)				
	... Datenbankentwürfe unter Berücksichtigung der Normalformen generieren sowie datenbankbasierte Internetapplikationen neu erstellen.				
	... alle Phasen der Entwicklung eines Programms durchführen und lauffähige Applikationen entwickeln.				
3	Inhalte				
	a) - Datenbanksysteme und deren Anwendung im Internet-Umfeld #				
	- relationaler Datenbankentwurf: SQL				
	- #Webseiten: HTML/XHTML				
	- #datenbankbasierte dynamische Webseiten: PHP				
	b) - Programmierung in einer objektorientierten Programmiersprache				
	- #Programmiersprachenelemente: Variablen, Datentypen, Operationen, Felder				
	- Kontrollstrukturen: Bedingungen, Schleifen				
	- #Klassen: Attribute und Methoden				
	- #Integration vorgegebener Software				
	- #Umgang mit Programmierwerkzeugen				

4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Vorlesung</p> <p>b) Vorlesung / Praktikum</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>0. Die Inhalte der Module Mathematik und Angewandte Mathematik werden vorausgesetzt.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Modulprüfung Informatik 1K (Klausur) (3 LP)</p> <p>Modulprüfung Informatik 1sbA (Praktische Arbeit) (3 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Hartmut Katz (Modulverantwortliche/r)</p> <p>Prof. Dr. Michael Engler (Dozent/in)</p> <p>Prof. Dr. Hartmut Katz (Dozent/in)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Christian Ullenboom: Java ist auch eine Insel - Das umfassende Handbuch, Galileo Computing</p> <p>Cornelia Heinisch; Frank Müller-Hofmann; Joachim Goll: Java als erste Programmiersprache, Teubner</p> <p>Gunter Saake; Kai-Uwe Sattler: Algorithmen und Datenstrukturen, dpunkt.lehrbuch</p> <p>Michael Jendryschik: Einführung in XHTML, CSS und Webdesign, Addison-Wesley</p>

¹ Diese Prüfungsleistung ist nur bestanden, wenn alle Teilprüfungsleistungen mit mindestens "ausreichend" (4,0) bewertet werden.

² Im Fall des Nichtbestehens einer Teilprüfungsleistung sind alle Teilprüfungen zu wiederholen.

Marketing Kommunikation					
Kennnummer	Workload 180 Std.	Credits/LP 6	Studiensemester 3	Häufigkeit des Angebots Each semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Messewesen	a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 37,5 Std.	a) 60
	b) Unternehmenskommunikation	b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 37,5 Std.	b) 60
	c) Werbung und Mediaplanung	c) Deutsch	c) 22,5 Std.	c) 37,5 Std.	c) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde</p> <p>Wissen (1) ... können die Studierenden alle Bereiche der internen und externen Unternehmenskommunikation benennen. Das schließt Grundlagen wie Corporate Identity und Marke, Zielgruppen, Kommunikationsziele und Instrumente ein.</p> <p>Verständnis (2) ... können die Studierenden das Konzept vernetzter bzw. integrierter Unternehmenskommunikation darlegen und mit Beispielen veranschaulichen.</p> <p>Anwendung (3) ... können die Studierenden das Konzept der integrierten Unternehmenskommunikation auf Unternehmen anwenden.</p> <p>Analyse (4) ... können die Studierenden die Kommunikationsstrategie eines Unternehmens erfassen und analysieren. Sie können Werbeträger und -mittel vergleichen und bewerten.</p> <p>Synthese (5) ... können die Studierenden integrierte Kommunikationsstrategien für Unternehmen entwickeln und deren Umsetzung planen. Das schließt die Erstellung von Mediaplänen und Messekonzepten ein.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... können die Studierenden Kommunikationskonzepte vergleichen und deren Erfolgsaussichten abschätzen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Einführung: Messestandort D, Begriffe und Definitionen</p> <p>- #Messestrategie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensziele, Marketingkommunikationsziele, Messeziele - Messen als integrierter Bestandteil der Unternehmenskommunikation <p>- #Messeplanung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Standplanung, Exponate, Kosten - Standpersonal, Standkommunikation - Messekommunikation vor, während und nach der Messe <p>- #Messenachbereitung und Erfolgskontrolle</p>				

	<ul style="list-style-type: none"> b) - Integrierte Kommunikation, Kommunikation vernetzen - #Strategische Grundlagen: CI, Marke, Zielgruppen, Kommunikationsziele usw. - #Anwendungsbereiche: Marketingkommunikation, Public Relations, Investor Relations, Internal Relations c) - #Einfu#hrung: Begriffe und Definitionen - #Werbetra#ger und Werbemittel: <ul style="list-style-type: none"> - Werbung in Printmedien - Werbung in audiovisuellen Medien - Außenwerbung - Medien- und Werbeplanung <ul style="list-style-type: none"> - Mediagrundlagen, Mediadaten - Intermediavergleich, Intramediavergleich - Mediaplanung
4	<p>Lehrformen</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Lecture b) Lecture c) Lecture
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Graded Assessment 1sbR (Review) (2 LP) b) Graded Assessment 1sbA (Practical Work) (2 LP) c) Graded Assessment 1H (Written Elaboration) (2 LP)
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Jörg Jacobi (Module Responsible)</p> <p>Prof. Jörg Jacobi (Lecturer)</p>

Literatur

- a) AUMA Praxis: Erfolgreiche Messebeteiligung, Ausstellungs- und Messeausschuss der Deutschen Wirtschaft, in: www.auma.de
 Busche, Manfred / Strohtmann, Karl-Heinz (Hg.): Handbuch Messemarketing, Wiesbaden 1992
- b) Bentele, Günter / Piwinger, Manfred / Schönborn, Gregor (Hg.): Kommunikationsmanagement - Strategien, Wissen, Lösungen, Neuwied 2002
 Bruhn, Manfred / Esch, Franz-Rudolf / Langner, Tobias (Hg.): Handbuch Unternehmenskommunikation - Grundlagen - Innovative Ansätze - Praktische Umsetzungen. Wiesbaden 2009
 Bruhn, Manfred: Kommunikationspolitik - Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, 2. Auflage, München 2003
 Herbst, Dieter: Praxishandbuch Unternehmenskommunikation, Berlin 2003
 Mast, Claudia: Unternehmenskommunikation - Ein Leitfaden, 3. Auflage, Stuttgart 2008
 Piwinger, Manfred / Zerfaß, Ansgar: Handbuch Unternehmenskommunikation, 2007
 Schmidbauer, Klaus / Knödler-Bunte: Das Kommunikationskonzept - Konzepte entwickeln und präsentieren, Berlin 2004
- c) Faulstich, Werner: Grundwissen Medien, München 2000
 Heinrich, Jürgen: Medienökonomie. Band 1: Mediensystem Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Opladen 1994
 Heinrich, Jürgen: Medienökonomie. Band 2: Hörfunk und Fernsehen. Opladen 2001
 Koschnik, Wolfgang: Standard-Lexikon für Mediaplanung und Mediaforschung in Deutschland, Stuttgart, 1995
 # Meyen, Michael: Mediennutzung, Konstanz 2004
 Schneider, Karl (Hg.): Werbung in Theorie und Praxis, Waiblingen 2000

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Marktforschung						
Kennnummer	Workload 180 Std.	Credits/LP 6	Studiensemester 3	Häufigkeit des Angebots Each semester	Dauer 1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen		Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Angewandte Marktforschung		a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 67,5 Std.	a) 60
	b) Methoden der Marktforschung		b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 67,5 Std.	b) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... entlang des Marktforschungsprozesses erfahren die Studierenden typische Vorgehensweisen, Fehler und Problemlösungsansätze der Marktforschung. ... den Zweck und die Bedeutung statistischer Erhebungen bezeichnen sowie typische Fragestellungen, die mit Hilfe der Marktforschung beantwortet werden.</p> <p>Verständnis (2) ... den Zusammenhang zwischen Fragebogengestaltung bzw. Konzeption des Experiments und der Aufbereitung und Auswertung der zu analysierenden Daten diskutieren.</p> <p>Anwendung (3) ... selbstständig ein Briefing zu einem Forschungsproblem entwerfen, Hypothesen erstellen, den Informationsbedarf- und -quellen beurteilen, ein Erhebungsdesign anfertigen, Stichprobenfehler prüfen sowie eine eigene empirische Erhebung durchführen.</p> <p>Analyse (4) ... weiterhin differenzieren, welche Fragestellungen sich mit welchen Analyseverfahren beantworten lassen und die Ergebnisse kritisch hinterfragen. ... selbstständig eine eigene Marktforschungsstudie mit Hilfe der geeigneten statistischen Software auswerten.</p> <p>Synthese (5) ... Ergebnisse einer eigenen Marktforschungsstudie präsentieren und diese auf den konkreten Anwendungsfall eines Forschungsproblems übertragen sowie eigene Handlungsempfehlungen ableiten.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... aus den in der Marktforschung zur Verfügung stehenden Methoden und Verfahren das richtige Verfahren auswählen und anhand von Qualitätskriterien beurteilen.</p>					
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - #Qualitative Verfahren - #Quantitative Verfahren</p> <p>b) - Bedeutung - #Typische Fragestellungen - #Begriffskla#rungen</p>					

	<ul style="list-style-type: none"> - #Definition des Forschungsproblems und Aufstellen von Hypothesen # Informationsbedarf und Informationsquellen - #Design - #Erhebung - #Aufbereitung und Auswertung - #Pra#sentation, Dokumentation und Ru#ckkopplung
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Lecture</p> <p>b) Lecture</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Die Studierenden sollten Vorwissen aus der Vorlesung Statistik (Modul Angewandte Mathematik) mitbringen.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Graded Assessment 1sbA (Practical Work) (3 LP)</p> <p>b) Graded Assessment 1K (Written Exam) (3 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Michael Gehrer (Module Responsible)</p> <p>Prof. Dr. Michael Gehrer (Lecturer)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden - Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin 2010</p> <p>Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P.: Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 12. Auflage, Wiesbaden 2009</p> <p>Herrmann, A.; Homburg, C.: Marktforschung - Ziele, Vorgehensweisen und Methoden, 2. Auflage, Wiesbaden 2000</p> <p>Kuß, A.: Marktforschung - Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, 4. Auflage, Wiesbaden, 2012</p> <p>Weis, H. C.; Steinmetz, P.: Marktforschung, 8. Auflage, Herne 2012</p>

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Projektmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB:	180 Std.	6	MVB: 3	Jedes Semester	1 Semester
PEB:			PEB: 3		
SMB:			SMB: 3		
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Präsentation, Moderation und Rhetorik	a) Deutsch	a) 11,25 Std.	a) 18,75 Std.	a) 30
	b) Projektmanagement	b) Deutsch	b) 45 Std.	b) 75 Std.	b) 60
	c) Wissenschaftliches Arbeiten	c) Deutsch	c) 11,25 Std.	c) 18,75 Std.	c) 30
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde</p> <p>Wissen (1) ... kennen die Studierenden die Anforderungen an den Aufbau und die formale Gestaltung einer Industriepäsentation und haben Grundwissen über Moderationstechnik und Rhetorik. ... können die Studierenden die Methoden und Vorgehensweise des Projektmanagements und des wissenschaftlichen Arbeitens beschreiben.</p> <p>Verständnis (2) ... verstehen die Studierenden welche Elemente und Stilmittel bei einer Präsentation eingesetzt werden können / müssen. ... können die Studierenden für vorgegebene Projektaufgaben die erforderlichen Methoden erkennen und verstehen.</p> <p>Anwendung (3) ... können die Studierenden für ein Projekt und eine wissenschaftliche Arbeit die erforderliche Vorgehensweise entwerfen und sind in der Lage bei einem gegebenen Thema dies in eine Präsentation umzusetzen.</p> <p>Analyse (4) ... können die Studierenden für eine neue Projektaufgabe die wichtigsten Aufgaben erkennen und die gelernten Methoden zur Bearbeitung der Aufgabe und der Erarbeitung der Ergebnisse verwenden.</p> <p>Synthese (5) ... können die Studierenden eine konkrete Projektaufgabe mit einem Projektteam unter Einsatz der angemessenen Methoden und Vorgehensweisen als Projektleiter managen.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... sind die Studierenden nach Ablauf der Präsentation in der Lage anhand gegebener Kriterien die Qualität einer Präsentation und des Referenten zu bewerten. ... können die Studierenden nach Durchführung des Projekts und nach Ende der wissenschaftlichen Arbeit die Ergebnisqualität beurteilen und bewerten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - #Grundlagen der Pra#sentation - #Anforderungen an Pra#sentationen in Unternehmen</p>				

	<ul style="list-style-type: none"> - #Gestaltung von Pra#sentationsunterlagen - #Moderationstechnik - #Grundlagen der Rhetorik - #Vertiefung des Gelernten durch eine 20 minu#tige Pra#sentation je Studierenden mit Feed Back Runde <p>b) - #Einfu#hrung, Organisationsformen, Projektphasen, Projektplanung</p> <ul style="list-style-type: none"> - #Probleml#sungstechniken/Kreativita#stechniken, Bewertungstechniken # Zusammenarbeit im Projekt, Sitzungsmanagement - Durchfu#hrung Trainingsprojekt <p>c) - #Zeitmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - #Motivationale Aspekte des Lernens - #Lernpsychologisches Basiswissen und Lerntechniken # Effektiv lernen und lesen
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Vorlesung / Übung</p> <p>b) Vorlesung / Workshop</p> <p>c) Vorlesung / Seminar</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Studienleistung 1sbPN (Präsentation) (1 LP)</p> <p>c) Studienleistung 1sbB (Bericht) (1 LP)</p> <p>Modulprüfung Projektmanagement 1sbA (40%) (Praktische Arbeit) (2 LP)</p> <p>Modulprüfung Projektmanagement 1sbST (60%) (Studienarbeit) (2 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>

<p>8</p>	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Ulrich Kallmann (Modulverantwortliche/r)</p> <p>Prof. Dr. Ute Diemar (Dozent/in)</p> <p>Prof. Dr. Michael Engler (Dozent/in)</p> <p>Prof. Dr. Hans-Georg Enkler (Dozent/in)</p> <p>Prof. Jörg Jacobi (Dozent/in)</p> <p>Prof. Jörg Johannsen (Dozent/in)</p> <p>Prof. Dr. Steffen Jäger (Dozent/in)</p> <p>Prof. Dr. Hartmut Katz (Dozent/in)</p> <p>Prof. Dr. Gerhard Kirchner (Dozent/in)</p> <p>Prof. Dr. Max Krüger (Dozent/in)</p> <p>Prof. Lutz Leuendorf (Dozent/in)</p> <p>Prof. Robert Schäflein-Armbruster (Dozent/in)</p>
<p>9</p>	<p>Literatur</p> <p>b) Kuster, J. et.al.: Handbuch Projektmanagement, Springer, Berlin 2011</p> <p>Lidtke, H.: Projektmanagement, Hanser, München 2007</p> <p>MS-Project</p> <p>Gehrer; Johannsen; Möser: Skript „Präsentationstechnik, Moderation und Rhetorik“</p> <p>DIN 1422: Gestaltung von wissenschaftlichen Arbeiten, Beuth Verlag</p> <p>Franck, N.; Stary, J.: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens, UTB, Paderborn 2006</p> <p>Seiwert, Lothar: Wenn du es eilig hast, gehe langsam. Mehr Zeit in einer beschleunigten Welt. Campus-Verlag, Frankfurt 2005</p> <p>Thomas-Johaentges, Thomas, Carmen: Dein Schreib-Coach! Bachelor-, Master-, Doktor- und Projektarbeit. BOD-Verlag, Berlin 2013</p>

¹ Diese Prüfungsleistung ist nur bestanden, wenn alle Teilprüfungsleistungen mit mindestens "ausreichend" (4,0) bewertet werden.

² Im Fall des Nichtbestehens einer Teilprüfungsleistung sind alle Teilprüfungen zu wiederholen.

4. Semester

Elektronik-Komponenten und Anwendungen					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB: SMB:	90 Std.	3	MVB: 4 SMB: 3	Each semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Elektronik-Komponenten und Anwendungen	a) Deutsch	a) 33,75 Std.	a) 56,25 Std.	a) 60
2	Lernergebnisse/Kompetenzen Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden Wissen (1) ... Eine Auswahl von BUS-Systemen in der Automation beschreiben. ... die Eigenschaften von Dioden, Transistoren benennen. ... Einsatzmöglichkeiten von elektrischen und elektronischen Bauelemente im Kfz umreißen. Verständnis (2) ... verschiedene BUS-Systeme unterscheiden. ... die Funktionsweise von elektronischen Baugruppen im Kfz erläutern. ... elektronische Dioden- und Transistor-Schaltungen klassifizieren und interpretieren. Anwendung (3) ... Schaltungen dimensionieren. ... elektronische Baugruppen bewerten und deren Anwendungen modifizieren. ... verschiedene BUS-Systeme gegenüberstellen und bewerten. Analyse (4) ... Einsatzgebiete verschiedener BUS-Systeme ableiten. ... weitere Einsatzmöglichkeiten von elektronischen Baugruppen ableiten.				
3	Inhalte a) - #Grundlagen zur Halbleiterphysik und elektronischen Bauelemente (Dioden, Transistoren) - #Anwendungen elektrischer und elektronischer Bauelemente in der Kfz-Technik - #Anwendungen dieser Bauelemente in Steuerungs- und Regelungssystemen in der Kfz-Technik - #CAN- und LIN-BUS im Kfz - #BUS-Systeme in der Automation allgemein (Datenu#bertragung, Kommunikation, Aufbau der Datenfiles, Fehlerbeherrschung) - #Diverse Beispiele fu#r BUS-Systeme und ihre Merkmale				
4	Lehrformen a) Lecture				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Die Module Mathematik, Physikalische Technik mit Labor und Elektrotechnik mit Labor sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Graded Assessment 1K (Written Exam) (3 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB) Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Ute Diemar (Module Responsible) Prof. Dr. Ute Diemar (Lecturer)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Stefan Goßner: Grundlagen der Elektronik - Halbleiter, Bauelemente und Schaltungen Konrad Reif: Sensoren im Kraftfahrzeug Ansgar Meroth; Boris Tolg: Infotainmentsysteme im Kraftfahrzeug - Grundlagen, Komponenten, Systeme und Anwendungen Dietmar Reinert; Dietmar Schaefer: Sichere BUS-Systeme für die Automation</p>

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Produktentwicklung Grundlagen					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB:	180 Std.	6	MVB: 4	Each semester	1 Semester
PEB:			PEB: 4		
SMB:			SMB: 4		
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Aktorik	a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 37,5 Std.	a) 60
	b) Maschinenelemente und CAD	b) Deutsch	b) 45 Std.	b) 75 Std.	b) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde</p> <p>Wissen (1) ... wenden die Studierenden die Grundfunktionen moderner CAD-Systeme an. ... benennen die Studierenden wichtige Maschinenelemente und Aktoren. ... können die Studierenden Ein- und Ausgangsgrößen der Aktor-Systeme definieren.</p> <p>Verständnis (2) ... können die Studierenden die Funktionsweise verschiedener Antriebe erläutern. ... können die Studierenden Maschinenelemente und Aktoren beschreiben und charakterisieren.</p> <p>Anwendung (3) ... können die Studierenden ein 3-dimensionales, parametrisches CAD-System gezielt anwenden. ... können die Studierenden den Einsatz von Maschinenelementen und Aktoren planen und diese auf Anwendungsfälle beziehen.</p> <p>Analyse (4) ... können die Studierenden Einsatzmöglichkeiten von Aktoren aufzeigen und bewerten. ... können die Studierenden Maschinenelemente und Aktoren analysieren und geeignet wie ungeeignete Anwendungen aufzeigen.</p> <p>Synthese (5) ... können die Studierenden konkrete Aufgabenstellungen entwickeln, übertragen, modifizieren und synthetisieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Arten von Aktoren (Elektromotoren, Verbrennungsmotoren, Elektromagnete...) - Auswahl und Dimensionierung - Anwendungsbeispiele und Aufgaben</p> <p>b) - Grundlagen der Auslegung und Berechnung - Verbindungen - Lager - Federn - Bauteilmodellierung in CAD - Baugruppen-Zusammenbau in CAD</p>				

	- Zeichnungsableitung in CAD
4	Lehrformen a) Lecture / Practical b) Lecture / Workshop
5	Teilnahmevoraussetzungen a) Aktorik - Kenntnisse in Elektrotechnik und Elektronik b) Maschinenelemente und CAD - Kenntnisse in Technischer Mechanik
6	Prüfungsformen b) Non Graded Assessment 1sbA (Practical Work) (2 LP) Modulprüfung Produktentwicklung Grundlagen 1K (Written Exam) (4 LP)
7	Verwendung des Moduls Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB) Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB) Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)
8	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Helmut Debus (Module Responsible) Prof. Dr. Hans-Georg Enkler (Module Responsible) Prof. Dr. Helmut Debus (Lecturer) Prof. Dr. Hans-Georg Enkler (Lecturer) Prof. Dr. Gerhard Kirchner (Lecturer) Prof. Dr. Juergen Schmidt (Lecturer) Prof. Dr. Christoph Uhrhan (Lecturer)

9

Literatur

- a) Gerke: Elektrische Maschinen und Aktoren, Oldenbourg Wissenschaftsverlag
- H. Rentzsch: Elektromotoren
- Heinz Stüben: Elektrische Antriebstechnik - Formeln, Diagramme, Schaltungen, Tabellen
- O. Dittrich: Anwendungen der Antriebstechnik
- Kallenbach, u.a.: Der Elektromagnet
- Klaus-Dieter Linsmeier: Elektromagnetische Aktoren - physikalische Grundlagen, Bauarten, Anwendungen

- b) Krause: Bauelemente der Feinmechanik, Hanser
- Decker: Maschinenelemente, Hanser Verlag
- Roloff/Matek: Maschinenelemente, Vieweg

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Produktpolitik						
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
MVB: PEB:	180 Std.	6	MVB: 4 PEB: 4	Each semester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen		Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Fallstudien Produktpolitik		a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 67,5 Std.	a) 60
	b) Produktpolitik/Innovationsmanagement		b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 67,5 Std.	b) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... Gesamter Produktprozess von der Produktfindung, über Produktgestaltung, Produkt Management bis zum Service und Aftermarket-Geschäft.</p> <p>Verständnis (2) ... Unternehmensaufbau, Schnittstellen-Management, Schnittstelle Technik/BWL, Innovationsprozesse und Innovationsmanagement, interne Kommunikation.</p> <p>Anwendung (3) ... Übertragen dieser abstrakten Kenntnisse auf konkrete Branchen und Unternehmen.</p> <p>Analyse (4) ... Analysieren von Märkten, Wettbewerbern, Kundenbedürfnissen usw. zur Entwicklung neuer Produkten.</p> <p>Synthese (5) ... Zusammenführen dieser Ergebnisse zu Produktpolitik- und Marketingkonzepten.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... Bewerten von Märkten und Produktportfolios für die Unternehmensplanung.</p>					
3	<p>Inhalte</p> <p>b) 1. Produktfindung (Technologiebeobachtung, Wettbewerbsanalyse, Bedürfnisforschung) 2. Innovationsprozess, F+E - Management 3. Produktbewertungstechniken 4. Produktplanung, Produktlebenszyklus, Produktmanagement 5. Produktgestaltung, Design, Verpackung und Kommunikation 6. Aftermarket-Geschäft (Ersatzteile und Dienstleistungen)</p>					
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Seminar b) Lecture</p>					

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Kenntnisse in Produktmarketing</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Modulprüfung Produktpolitik 1K (Written Exam) (6 LP)</p> <p>Modulprüfung Produktpolitik 1sbH (Written Elaboration) (0 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Uwe Kenntner (Module Responsible)</p> <p>Prof. Dr. Uwe Kenntner (Lecturer)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>b) Manuskript zur Vorlesung „Produktpolitik“</p> <p>Kotler, Philip; Bliemel, Friedhelm: Marketing Management, Schäffer-Poeschel Verlag</p>

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Projektseminar					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB:	180 Std.	6	MVB: 4	Jedes Semester	1 Semester
PEB:			PEB: 4		
SMB:			SMB: 4		
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Projektseminar	a) Deutsch	a) 67,5 Std.	a) 112,5 Std.	a) 0
2	Lernergebnisse/Kompetenzen				
	Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden				
	Wissen (1)				
	... erste projektbezogene Erfahrungen sammeln und einen Einblick in die projektbezogene Teamarbeit gewinnen.				
	... die Grundlagen des professionellen Projektmanagements benennen.				
	... die notwendigen Kenntnisse zur erfolgreichen Projektplanung umreißen.				
	Verständnis (2)				
	... Querverbindungen bestimmter Aspekte eines Problems zu unterschiedlichen Fächern erkennen.				
	... eine konkrete Aufgabenstellung interdisziplinär betrachten und bearbeiten.				
	Anwendung (3)				
	... das formale „Werkzeug“ Projektmanagement zur Bearbeitung konkreter Problemstellungen aus allen drei Studiengängen anwenden.				
	Analyse (4)				
	... eine selbstständige Recherche und Literaturstudium in die Lösung des Problems einbringen.				
	Synthese (5)				
	... die Zielsetzung, das Vorgehen sowie die erarbeiteten Ergebnisse in einer professionellen Präsentation darstellen.				
3	Inhalte				
	a) 1. Im Projekt werden hausinterne oder Industrieprojekte in Gruppen von je fünf bis sieben Studierenden bearbeitet.				
	2. Das Ergebnis des Projekts wird am Ende des Semesters von der Gruppe im Rahmen einer Präsentation vorgestellt.				
	3. Es werden Themen aus allen drei Bachelor-Studiengängen der Fakultät WING angeboten.				
4	Lehrformen				
	a) Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Inhalte des Moduls Projektmanagement werden vorausgesetzt.				

6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Prüfungsleistung 1sbST (Studienarbeit) (6 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Studiendekan</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) abhängig von der konkreten Themenstellung des Projektes</p>

¹ Diese Prüfungsleistung ist nur bestanden, wenn alle Teilprüfungsleistungen mit mindestens "ausreichend" (4,0) bewertet werden.

² Im Fall des Nichtbestehens einer Teilprüfungsleistung sind alle Teilprüfungen zu wiederholen.

Recht in Marketing und Vertrieb					
Kennnummer	Workload 90 Std.	Credits/LP 3	Studiensemester 4	Häufigkeit des Angebots Each semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Recht in Marketing und Vertrieb	Sprache a) Deutsch	Kontaktzeit a) 22,5 Std.	Selbststudium a) 67,5 Std.	Geplante Gruppengröße a) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... die im Bereich Marketing und Vertrieb wichtigsten Gesetze benennen.</p> <p>Verständnis (2) ... die grundlegenden Regelungen des gewerblichen Rechtsschutzes und des Wettbewerbsrechts verstehen.</p> <p>Anwendung (3) ... Sachverhalte auf ihre Vereinbarkeit mit diesen Regelungen prüfen.</p> <p>Analyse (4) ... die gesetzlichen Ansprüche bei Rechtsverstößen ermitteln und eine Verteidigungsstrategie entwickeln.</p> <p>Synthese (5) ... einfache Sachverhalte rechtskonform gestalten.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... die Erfolgsaussichten von Rechtsmitteln bewerten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Gewerblicher Rechtsschutz - Markenrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> - Geschmacksmusterrecht - Patentrecht - Gebrauchsmusterrecht - Urheberrecht <p>- #Lauterkeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wettbewerbsrecht - Preisangabenverordnung - Kartellrecht 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Lecture</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Modul Grundlagen Vertrieb</p>				

6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Graded Assessment 1K (Written Exam) (3 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Bernhard Plum (Module Responsible)</p> <p>Prof. Dr. Bernhard Plum (Module Responsible)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Horst-Peter Götting und Heinrich Hubmann: Gewerblicher Rechtsschutz - Patent-, Gebrauchsmuster-, Geschmacksmuster- und Markenrecht, Verlag C.H. Beck</p> <p>Hartmut Eisenmann und Ulrich Jautz: Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht - Mit 55 Fällen und Lösungen, Verlag C.F. Müller</p> <p>Tobias Lettl: Wettbewerbsrecht, Verlag C.H. Beck</p> <p>Wirtschaftsgesetze, Loseblatt-Textsammlung, Verlag C.H. Beck</p> <p>Gewerblicher Rechtsschutz, Wettbewerbsrecht, Urheberrecht, Verlag C.H. Beck</p>

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Strategisches Marketing					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB: WIS:	180 Std.	6	MVB: 4 WIS: 5	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Industriegütermarketing und Controlling b) Planspiel General Management	a) Deutsch b) Deutsch	a) 22,5 Std. b) 45 Std.	a) 67,5 Std. b) 45 Std.	a) 60 b) 25
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... eigenständig ein Marketingkonzept erstellen. Sie kennen die relevanten Methoden des Marketings, den Aufbau eines Marketingkonzepts (Situationsanalyse, Ziele Strategien, Maßnahmen und Controlling) und die Bedeutung von Frühwarnsystem im Rahmen des Controllings.</p> <p>Verständnis (2) ... die komplexe Situation (Umfeld und eigenes Unternehmen) erfassen, auswerten und analysieren.</p> <p>Anwendung (3) ... selbstständig ein Marketingkonzept für ein Investitionsgut erstellen, d. h. die bestehende Situation darstellen und daraus abgeleitet Ziele, Strategien und Maßnahmen formulieren und dies in einer Wirtschaftlichkeitsrechnung darstellen.</p> <p>Analyse (4) ... selbstständig die Analyse der aktuellen Situation durchführen und diese Analyse didaktisch aufbereitet darstellen. Die Studierenden sollen weiter in der Lage sein komplexe Sachverhalte zu analysieren und auf die wesentlichen Einflussfaktoren zu reduzieren.</p> <p>Synthese (5) ... die komplexen Sachverhalte eines Unternehmensumfeldes und der eigenen Ausgangslage verknüpfen und die daraus abgeleiteten Erkenntnisse in Ziele, strategische Ansätze und konkrete Marketingmaßnahmen umsetzen und adäquate Controllingansätze finden.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... aus den im Marketing zur Verfügung stehenden Methoden und Verfahren das richtige Verfahren auswählen und die damit erzielten Ergebnisse beurteilen, um somit ein schlüssiges, machbares Marketingkonzept für Produkte/ Dienstleistungen erstellen zu können.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Ansa#tze, Methoden und Instrumente des modernen Controllings - Anwendung in der Marketingkonzeption - Situationsanalyse im Investitionsgu#termarketing - Strategien im Investitionsgu#termarketing - Marketinginstrumente in den verschiedenen Bereichen (Produkt-, Anlagen-, System und Zuliefervescha#ft)</p>				

	<ul style="list-style-type: none"> - Erstellung einer Marketingkonzeption b) - Kennenlernen des DV gestu#tzten Planspiels im Investitions#terbereich und der vernetzten Strukturen in einem Unternehmen - BWL Methoden zielgerichtet einsetzen - Formulieren von Zielen und Strategien zur Zielerreichung - Umsetzung von Strategien und Ma#nahmen - Fru#herkennung, Analyse und Beurteilung von kritischen Situationen
4	<p>Lehrformen</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Vorlesung b) Seminar
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Die Studierenden sollten Vorwissen aus der Vorlesung Kostenrechnung (Module Betriebliches Rechnungswesen 1 und 2), Einf#hrung Vertrieb (Modul Grundlagen Vertrieb) und Einf#hrung Marketing und Vertrieb (Modul Marketing und Services) mitbringen.</p>
6	<p>Pr#fungsformen</p> <ul style="list-style-type: none"> b) Studienleistung 1sbA (Praktische Arbeit) (2 LP) Modulpr#fung Strategisches Marketing 1H (Hausarbeit) (4 LP)
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Industrial Solutions Management B.Sc. (WIS)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. J#rg Johannsen (Modulverantwortliche/r)</p> <p>Prof. J#rg Johannsen (Dozent/in)</p>
9	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Backhaus, Klaus; Voeth, Markus: Industrieg#termarketing, 9. Auflage, Verlag Vahlen, M#nchen, 2010 Becker, Jochen: Marketing Konzeption, 10. Auflage, Verlag Vahlen, M#nchen, 2013 Pepels, Werner: Business-to-Business-Marketing, 1.Auflage, Luchterhandverlag, Neuwied, 1999 Pepels, Werner (Hrsg): B2B Handbuch Operations Management - Industrieg#ter erfolgreich vermarkten, 2. Auflage, Symposion Publishing, D#sseldorf, 2009 Sieck, Hartmut; Goldmann, Andrea: Erfolgreich verkaufen im B2B, 1. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2007 Godefroid, Peter; Pf#rtsch Waldemar: Business-to-Business Marketing, Kiehl Verlag, 4. Auflage, Ludwigshafen/Rhein, 2008 b) Johannsen J#rg: Planspielskript General Management Skript Nr. 390

¹ Diese Pr#fungsleistung ist nur bestanden, wenn alle Teilpr#fungsleistungen mit mindestens "ausreichend" (4,0) bewertet werden.

² Im Fall des Nichtbestehens einer Teilpr#fungsleistung sind alle Teilpr#fungen zu wiederholen.

5. Semester

Praktisches Studiensemester						
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
MVB: PEB: SMB:	900 Std.	30	MVB: 5 PEB: 5 SMB: 5	Jedes Semester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen		Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Einführung praktisches Studiensemester		a) Deutsch	a) 11,25 Std.	a) 78,75 Std.	a) 60
	b) Praktisches Studiensemester		b) Deutsch	b) 0 Std.	b) 720 Std.	b) 0
	c) Seminar: Praktisches Studiensemester		c) Deutsch	c) 11,25 Std.	c) 78,75 Std.	c) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde</p> <p>Wissen (1) ... kennen die Studierenden nach Absolvierung des Praktischen Studiensemesters beispielhaft (weil auf ein Unternehmen bezogen) das betriebliche Umfeld, die Aufgaben und die Perspektiven, die sie später als Absolventen vorfinden werden.</p> <p>Verständnis (2) ... verstehen die Studierenden, wie man theoretisch Gelerntes im beruflichen Umfeld praktisch anwendet und wie Aufgaben im Betrieb von der Aufgabenstellung bis zum Abschluss durchgeführt werden sollen.</p> <p>Anwendung (3) ... können die Studierenden ansatzweise eine der Arbeit eines Wirtschaftsingenieurs vergleichbare Tätigkeit durchführen und dabei ihre an der Hochschule erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten einsetzen und vertiefen. Sie können danach präziser abschätzen, welche Art von Tätigkeit für sie am besten geeignet ist.</p>					
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> b) - #Orientierung bzgl. verfügbbarer Angebote und Tätigkeiten - Arbeiten in einem Betrieb im Spektrum eines Wirtschaftsingenieurs # - Erfahrungsbericht 					
4	<p>Lehrformen</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Seminar b) c) Seminar 					
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Absolvierung des Grundstudiums</p>					

6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Studienleistung 1sbKO (Kolloquium) (3 LP)</p> <p>b) Studienleistung 1sbB (Bericht) (24 LP)</p> <p>c) Studienleistung 1R (Referat) (3 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Hartmut Katz (Modulverantwortliche/r)</p>
9	<p>Literatur</p>

¹ Diese Prüfungsleistung ist nur bestanden, wenn alle Teilprüfungsleistungen mit mindestens "ausreichend" (4,0) bewertet werden.

² Im Fall des Nichtbestehens einer Teilprüfungsleistung sind alle Teilprüfungen zu wiederholen.

6. Semester

Produktion						
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
MVB: PEB:	180 Std.	6	MVB: 6 PEB: 6	Each semester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen		Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Produktionsmanagement		a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 67,5 Std.	a) 60
	b) Qualitätsmanagement		b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 67,5 Std.	b) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... die wesentlichen Ansätze und Problembereiche des Produktions- und Qualitätsmanagements aufzählen und beschreiben.</p> <p>Verständnis (2) ... die wertrelevanten Parameter für die Entwicklung erfolgreicher Produktions- und Qualitätsmanagementsysteme an Anwendungsbeispielen beurteilen.</p> <p>Anwendung (3) ... die gängigen Methoden des Produktions- und Qualitätsmanagements an konkreten Aufgabenstellungen anwenden und nutzen.</p> <p>Analyse (4) ... aus den ganzheitlichen Vorgaben an die Implementierung eines Produktions- und Qualitätsmanagementsystems die Anforderungen zur technischen Realisierung eines solchen komplexen Managementsystems herausarbeiten.</p> <p>Synthese (5) ... Produktions- und Qualitätsmanagementsysteme entwickeln. ... für konkrete Nutzungsanforderungen gestalterische Lösungen finden und gestalten.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... Möglichkeiten zur Prozessoptimierung evaluieren. ... für gefundene Lösungen den Gesamtnutzen (Funktion, Wirtschaftlichkeit) überprüfen und beurteilen.</p>					
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - #Produktionsvorbereitung # - Arbeitspläne - #Stu#cklisten - #Ermittlung von Vorgabezeiten - #REFA - #MTM - #Produkt- und Prozesskostenkalkulation # - Materialwirtschaft</p>					

	<ul style="list-style-type: none"> - #Logistik - #Supply Chain Management - #Fertigungssysteme - #Montagesysteme - #Auftragsmanagement - #ERP-Systeme - #Toyota - Produktionssystem - #Wertstromanalyse und Wertstromdesign <p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> - #QM nach DIN EN ISO 9001, VDA 6.4, ISO TS 16949 - #Medizinproduktegesetz - #Methoden und Werkzeuge des Qualitätsmanagements # - QFD - #FMEA - #SPC - #Prüfmittelmanagement - #Qualitätskosten - #5s - #SIX SIGMA - Umweltmanagement nach DIN EN ISO 14001 # - Energiemanagement nach DIN EN ISO 50001 # - Arbeitssicherheit
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Lecture</p> <p>b) Lecture</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Kenntnisse in Werkstoffe und Fertigung und in Kostenrechnung</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Modulprüfung Produktion 1K (Written Exam) (6 LP)</p> <p>Modulprüfung Produktion 1sbA (Practical Work) (0 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Juergen Schmidt (Lecturer)</p> <p>Prof. Dr. Juergen Schmidt (Lecturer)</p> <p>Prof. Dr. Christoph Uhrhan (Lecturer)</p>

9

Literatur

- a) Eversheim: Organisation in der Produktionstechnik, Band 1 - 4, VDI-Verlag
Kummer; Grün; Jammernegg: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, Pearson-Studium Verlag
Kummer; Grün; Jammernegg: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik - Das Übungsbuch, Pearson-Studium Verlag

- b) Schulungspaket QM-Methoden, WEKA Media Verlag
Thomann, Hermann, Der Qualitätsmanagement-Berater, TÜV Media Verlag
Martin Myska, Der TÜV-Umweltmanagement-Berater, TÜV Media Verlag
SPC 1- Statistische Prozesslenkung, Deutsche Gesellschaft für Qualität e.V.
Handbuch Qualitätsmanagement, Hanser-Verlag
Qualitätsmanagement von A - Z, Hanser-Verlag
Integriertes Qualitätsmanagement, Hanser-Verlag
Grundlagen Qualitätsmanagement, Oldenbourg-Verlag

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Strategische Kommunikation					
Kennnummer	Workload 90 Std.	Credits/LP 3	Studiensemester 6	Häufigkeit des Angebots Each semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Strategische Kommunikation	Sprache a) Deutsch	Kontaktzeit a) 22,5 Std.	Selbststudium a) 67,5 Std.	Geplante Gruppengröße a) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde</p> <p>Wissen (1) ... können die Studierenden die Grundlagen von Corporate Identity (CI), Markenkommunikation und Markenstrategien benennen.</p> <p>Verständnis (2) ... verstehen die Studierenden welche Rolle CI, Marke und Markenkommunikation für die Unternehmensstrategie und die Unternehmenskommunikation spielen.</p> <p>Anwendung (3) ... können die Studierenden ihr Verständnis von CI, Marke und Markenstrategien auf Unternehmen anwenden.</p> <p>Analyse (4) ... können die Studierenden CI- und Markenkommunikationsstrategien von Unternehmen ermitteln und analysieren.</p> <p>Synthese (5) ... können die Studierenden CI-Prozesse planen und durchführen sowie CI- und Markenkommunikationsstrategien für Unternehmen entwickeln und umsetzen.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... können die Studierenden CI- und Markenkommunikationsstrategien von Unternehmen vergleichen und bewerten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Einführung: Definitionen und Begriffe</p> <p>- #Interne und externe Markenkommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Funktionen einer Marke - Markenkern und Markenwerte #Corporate Identity - Begriff, Definition, Bezug - Gründe und Nutzen - CI-Prozesse: Mission, Vision, Leitbild, Leitsätze, Ziele (mit Workshop) - Corporate Communication, Corporate Design, Corporate Behaviour <p>- #Interne und externe Kommunikationsstrategien</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beispiele aus Unternehmen 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Lecture</p>				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Praktisches Studiensemester</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Graded Assessment 1sbA (20%) (Practical Work) (3 LP insgesamt für alle Teilprüfungsleistung dieser Lehrveranstaltung)</p> <p>a) Graded Assessment 1H (80%) (Written Elaboration)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Jörg Jacobi (Module Responsible)</p> <p>Prof. Jörg Jacobi (Lecturer)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Breyer-Mayländer, Thomas: Aktives Wertemanagement, Renningen, 2009</p> <p>Esch F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, 3. Auflage, München, 2005</p> <p>Graf, Pedro; Spengler, Maria: Leitbild- und Kompetenzentwicklung, Augsburg, 2008</p> <p>Hermann, Ch.; Moeller, G.: Innovation, Marke, Design -Grundlagen einer neuen Corporate Governance, Düsseldorf, 2006</p> <p>Hofbauer, G.; Schmidt, J.: Identitätsorientiertes Markenmanagement, Regensburg u.a., 2007</p> <p>Homburg, C.; Krohmer, H.: Marketingmanagement-Strategie - Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung, 2. Auflage, Wiesbaden, 2006.</p> <p>Meffert, H.; Burmann, C.; Koers, M. (Hrsg.): Markenmanagement - Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung, 2. Auflage, Wiesbaden, 2005, Seite 19-37</p> <p>Regenthal, Gerhard: Ganzheitliche Corporate Identity, 2. Auflage, Wiesbaden, 2009</p> <p>Ringle, T.: Strategische identitätsorientierte Markenführung, Wiesbaden, 2006</p>

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Supply Chain Management					
Kennnummer	Workload 180 Std.	Credits/LP 6	Studiensemester 6	Häufigkeit des Angebots Each semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Internationale Wirtschaft b) Supply Chain Management	Sprache a) Deutsch b) Deutsch	Kontaktzeit a) 22,5 Std. b) 22,5 Std.	Selbststudium a) 67,5 Std. b) 67,5 Std.	Geplante Gruppengröße a) 50 b) 50
2	Lernergebnisse/Kompetenzen				
3	Inhalte				
4	Lehrformen a) Lecture b) Lecture				
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine Eingabe vorhanden				
6	Prüfungsformen Modulprüfung Supply Chain Management 1sbK (40%) (Written Exam) (2 LP) Modulprüfung Supply Chain Management 1K (60%) (Written Exam) (4 LP)				
7	Verwendung des Moduls Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)				
8	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende				
9	Literatur				

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Unternehmensführung						
Kennnummer	Workload 180 Std.	Credits/LP 6	Studiensemester 6	Häufigkeit des Angebots Each semester	Dauer 1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen		Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Entrepreneurship		a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 67,5 Std.	a) 60
	b) Management und Führung		b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 67,5 Std.	b) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... die Funktionsweise der Preisbildung unterschiedlicher Marktformen, die Funktionsweise von Wirtschaftssystemen sowie die nachfrage- und angebotsorientierte Wirtschaftspolitik verstehen. ... die in Unternehmen übliche Personalarbeit und Mitarbeiterführung beschreiben. ... die spezifischen Aufgaben und Funktionen eines Unternehmers in einem marktwirtschaftlichen System umreißen.</p> <p>Verständnis (2) ... ausgewählte wirtschaftliche Entwicklungen analysieren. ... die Bedeutung der Industriosozologie, Psychologie, Gesetzgebung und Konflikttheorie für die industrielle Praxis verstehen. ... die Herausforderungen eines Existenzgründers im Spannungsfeld zwischen Marktanforderungen, Veränderungsdruck, persönlichen Zielen und Risikoübernahme erkennen.</p> <p>Anwendung (3) ... die Ursachen und Auswirkungen der Globalisierung und Digitalisierung auf die Gesellschaft und Unternehmen bewerten und in unternehmerische Entscheidungen einbeziehen. ... ihre Führungsfähigkeiten in Fallbeispielen und Rollenspielen demonstrieren. ... relevante Einflussfaktoren für die Entscheidung zum Unternehmerleben entdecken und sich mit den eigenen Zielsetzungen kritisch beschäftigen.</p> <p>Analyse (4) ... die Funktionsweise und Grenzen einer marktwirtschaftlichen Wirtschaftsordnung analysieren. ... Führungsverhalten erkennen und hinterfragen. ... Gründe für Erfolge und Misserfolge von Existenzgründungen identifizieren.</p> <p>Synthese (5) ... in wirtschaftspolitischen Diskussionen eine Meinung entwickeln und diese begründen. ... die Erfolgsaussichten von Existenzgründungen beurteilen. ... die Methoden der Personalführung auf neue Situationen übertragen. ... eigene Geschäftsideen generieren und Businesspläne entwickeln.</p>					

	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... die Erfolgsaussichten von Existenzgründungen beurteilen. ... bei der Beurteilung von Märkten gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge mit einbeziehen. ... situationsbedingt variierende Führungsstile beurteilen und Maßnahmen (z. B. Abmahnung) und Abläufe (z. B. Mitarbeiterbeurteilung) der Personalarbeit richtig einschätzen.</p>
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Einführung in Entrepreneurship - Generierung von eigenen Geschäftsideen # - Erstellung von Business Plänen - Präsentation der erstellten Business Pläne</p> <p>b) - Grundlagen der Industriegesellschaft # - Führungsverhalten und Führungsstile # - Mitarbeiterkommunikation - Motivation und Entlohnungssysteme # - Mitarbeiterbeurteilung - Mitarbeiterauswahl</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Lecture b) Lecture</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Modulprüfung Unternehmensführung 1H (Written Elaboration) (0 LP) Modulprüfung Unternehmensführung 1sbST (Seminar Paper) (6 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Bernhard Plum (Module Responsible) Prof. Harald Kopp (Lecturer) Prof. Dr. Bernhard Plum (Lecturer)</p>

9	Literatur a) Urs Fueglistaller; Christoph Müller; Susan Müller und Thierry Volery (2012): Entrepreneurship Modelle - Umsetzung - Perspektiven, 3. Auflage, Gabler Verlag, Online abrufbar unter: http://www.springerlink.com/content/978-3-8349-3030-9/?MUD=MP b) Jürgen Weibler (2012): Personalführung, 2. Auflage, Verlag Vahlen
----------	--

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

Vertriebsmanagement					
Kennnummer	Workload 90 Std.	Credits/LP 3	Studiensemester 6	Häufigkeit des Angebots Each semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Kundenbindung und Vertriebsprozess	Sprache a) Deutsch	Kontaktzeit a) 22,5 Std.	Selbststudium a) 67,5 Std.	Geplante Gruppengröße a) 60
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... Fakten aus den Vertriebsbereichen Vertriebsmanagement, Kundenbindung und Vertriebsprozesse reproduzieren und mit dem Grundlagenwissen aus der Veranstaltung Einführung Vertrieb (Modul Grundlagen Vertrieb) verknüpfen.</p> <p>Verständnis (2) ... Fragestellungen aus dem Vertriebsplanungsbereich, den Kundenbindungsansätzen und der Prozesssichtweise im Vertrieb einordnen und bewerten.</p> <p>Anwendung (3) ... selbstständig eine quantitative Vertriebsplanung durchführen und Vertriebsbindungskonzepte erstellen sowie Vertriebsprozesse durchleuchten.</p> <p>Analyse (4) ... selbstständig die Analyse der aktuellen Situation in den Bereich Vertriebsplanung und Kundenbindung durchführen.</p> <p>Synthese (5) ... die komplexen Sachverhalte eines Unternehmensumfeldes und der eigenen Ausgangslage und die daraus abgeleiteten Erkenntnisse präsentieren und die richtigen Schlüsse daraus ziehen.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... aus den im Marketing zur Verfügung stehenden Methoden und Verfahren das richtige Verfahren auswählen und die damit erzielten Ergebnisse beurteilen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - #Vertriebsmanagement - #Kundenbeziehungsmanagement # - Prozesse im Vertrieb</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Lecture</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Die Studierenden sollten Vorwissen aus der Vorlesung Kostenrechnung (Module Betriebliches Rechnungswesen 1 und 2) mitbringen und die Veranstaltung Einführung Vertrieb (Modul Grundlagen Vertrieb) im Detail beherrschen.</p>				

6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Graded Assessment 1K (80%) (Written Exam) (3 LP insgesamt für alle Teilprüfungsleistung dieser Lehrveranstaltung)¹</p> <p>a) Graded Assessment 1sbK (20%, 30 Min.) (Written Exam)¹</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Jörg Johannsen (Module Responsible)</p> <p>Prof. Jörg Johannsen (Lecturer)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Diller, H.: Kundenbindung als Zielvorgabe im Beziehungsmarketing - Arbeitspapier Nr. 40, Nürnberg, 1995</p> <p>Homburg, CH.; Schäfer, H.; Schneider, J.: Sales Excellence - Vertriebsmanagement mit System, 6.Auflage, Wiesbaden, 2010, Verlag Gabler</p> <p>Johannsen Jörg: Skript Vertriebsmanagement, 2013, Skript</p> <p>Michalski, S.: Kundenabwanderungs- und Kundenrückgewinnungsprozess, 1. Auflage, Wiesbaden, 2002, Verlag Gabler</p> <p>„Stahl, H.: Modernes Kundenmanagement, 3. Auflage, Renningen, 2009, Expert Verlag</p> <p>Weis, H. C.: Verkaufsmanagement, 7. Auflage, Herne, 2010, Verlag Kiehl</p> <p>Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb, 8. Auflage, München, 2013, Verlag Oldenbourg</p> <p>Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, 3. Auflage, München, 2005, Verlag Franz Vahlen</p>

¹ This graded assessment is only considered passed when all components of the assignment have received a minimum grade of "adequate", (4.0).

² In the case of failure of one component of a multiple component assessment, all module component assessments must be repeated

7. Semester

Mündliche Prüfung					
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MVB: PEB: SMB:	180 Std.	6	MVB: 7 PEB: 7 SMB: 7	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Mündliche Prüfung	a) Deutsch	a) 0 Std.	a) 180 Std.	a) 1
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Die Lernzieldefinitionen beziehen sich in diesem Fall auf die Vorbereitung zur mündlichen Prüfung im Selbststudium. Die mündliche Prüfung selbst dient dem Nachweis der Erfüllung dieser Lernziele. #Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... die Methoden wissenschaftlichen Arbeitens benennen. ... ein breites Grundlagenwissen umreißen.</p> <p>Verständnis (2) ... die einzelner Fachgebiete verstehen.</p> <p>Anwendung (3) ... wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse für eine konkrete Fragestellung auswählen und anwenden.</p> <p>Analyse (4) ... notwendige wissenschaftliche Methoden beherrschen. ... selbstständig wissenschaftlich arbeiten.</p> <p>Synthese (5) ... über ein abgegrenztes Thema kurz und verständlich im mündlichen Vortrag referieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - #Die Inhalte umfassen den gesamten Vorlesungsstoff bis zum siebten Semester. - #Der Inhalt setzt sich aus mindestens zwei Veranstaltungen der beteiligten Dozenten zusammen.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>a)</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>siehe Inhalte</p>				
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Prüfungsleistung 1M (Mündliche Prüfung) (6 LP)</p>				

7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Studiendekan</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Die Literatur entspricht derjenigen, die für die zur Prüfung kommenden Veranstaltungen angegeben ist.</p>

¹ Diese Prüfungsleistung ist nur bestanden, wenn alle Teilprüfungsleistungen mit mindestens "ausreichend" (4,0) bewertet werden.

² Im Fall des Nichtbestehens einer Teilprüfungsleistung sind alle Teilprüfungen zu wiederholen.

Thesis						
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
PEB: MVB: SMB:	540 Std.	18	PEB: 7 MVB: 7 SMB: 7	Jedes Semester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen		Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Bachelorarbeit		a) Deutsch	a) 0 Std.	a) 517,5 Std.	a) 0
	b) Thesisseminar		b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 0 Std.	b) 0
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... die Vorlesungsinhalte bis zum siebten Semester wiedergeben.</p> <p>Verständnis (2) ... die interdisziplinären Zusammenhänge konkreter Aufgabenstellungen verstehen und haben Einsicht in das Zusammenspiel innerbetrieblicher Abläufe.</p> <p>Anwendung (3) ... auf dem Stand wissenschaftlicher Erkenntnisse die Wahl ihrer eingesetzten Methoden begründen. ... ein abgegrenztes Thema selbstständig wissenschaftlich bearbeiten.</p> <p>Analyse (4) ... abgrenzbare Themen auch höherer Komplexität eigenständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden analysieren und die Analyseergebnisse adäquat darstellen.</p> <p>Synthese (5) ... wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse in eine praktische Themenstellung einbringen und umsetzen.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... fremde und auch die eigene wissenschaftliche Vorgehensweise und ihre Ergebnisse mit wissenschaftlicher Distanz kritisch reflektieren und diese Reflexionen in das weitere Vorgehen einbringen.</p>					
3	<p>Inhalte</p> <p>a) 1. Eigenständige Anwendung der Studieninhalte auf ein begrenztes Thema 2. Methodenwahl 3. Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse</p>					
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) b) Seminar</p>					

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Prüfungsleistung 1T (Thesis) (12 LP)</p> <p>b) Prüfungsleistung 1R (Referat) (6 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Product Engineering B.Eng. (PEB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen – Service Management B.Sc. (SMB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p>
9	<p>Literatur</p> <p>a) Die Literatur orientiert sich an der konkreten Aufgabenstellung.</p>

¹ Diese Prüfungsleistung ist nur bestanden, wenn alle Teilprüfungsleistungen mit mindestens "ausreichend" (4,0) bewertet werden.

² Im Fall des Nichtbestehens einer Teilprüfungsleistung sind alle Teilprüfungen zu wiederholen.