

Studienbereich Wirtschaft

Studiengang Wirtschaftsinformatik

Studienrichtung Sales and Consulting

Studienrichtungsmodule

Rahmenstudienplan Studienrichtung Sales and Consulting

Legende: Modulbezeichnung, (ECTS-Punkte), Lehrveranstaltungen, [Anzahl der Präsenzstunden]

Ergänzend zu den Modulen des Studiengangs Wirtschaftsinformatik werden in der Studienrichtung Sales and Consulting die nachfolgenden Module angeboten.

Halbjahr Modul- bereiche	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
	5 CP [60]		10 CP [110]		15 CP [150]	
Studienrichtungs- kern- module (30) [320]	Sales and Consulting I (5) Grundlagen Sales and Consulting I [30]		Sales and Consulting II (5) Management Accounting [28] Integrierte Fallstudie Sales and Consulting [27]		Sales and Consulting III (5) Change Management [25] Sales Management [25]	
			IT-Consulting I (5) IT-Recht [20] IT-Management [35]		IT-Consulting II (5) IT-Security [25] Neue Aspekte des IT-Consultings [25]	
					Wirtschaftspsychologie (5) Arbeits- und Organisationspsychologie [25] Ausgewählte Aspekte der Wirtschaftspsychologie [25]	
Studienrichtungswahl- fach I (5) [55]			Modul (5) NN [28] NN [27]			
Studienrichtungswahl- fach II (5) [50]					Modul (5) NN [25] NN [25]	

Nicht alle der nachfolgenden Studienrichtungswahlmodule werden am Standort Stuttgart angeboten. Die Studienrichtungskernmodule sind für alle Standorte der DHBW in der Studienrichtung Sales and Consulting verpflichtend.

Sales & Consulting I (W3WI_SC301)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Sales & Consulting I	Deutsch/Englisch	W3WI_SC301	1	Koslowski, Prof. Dr. Frank; Mannheim Daniel, Prof. Manfred; Karlsruhe

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. Stj.		Studienrichtungskernmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung, Case Study
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verstehen die Relevanz des Consultings für eine kundenorientierte Unternehmensausrichtung. Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden einen Überblick über grundlegende Aufgaben, Konzepte, Methoden und Instrumente eines Consultants erlernt.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können die erlernten theoretischen Grundlagen in Sales & Consulting Szenarien einsetzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können Entscheidungen eines Consultants vor dem Hintergrund ethischer Erwägungen, gesellschaftlicher Verantwortung und Interessen aller Stakeholder analysieren, einordnen, bewerten und fachadäquat kommunizieren.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können ihre Kenntnisse auf einfache praxisorientierte Fragestellungen anwenden, selbstständig Problemlösungen entwickeln und übergreifende Aufgabenstellungen im Sales & Consulting-Umfeld eigenständig bearbeiten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Grundlagen S&C I	30,0	45,0
Aufgaben eines Consultants – Schlüsselqualifikationen – Interner Consultant vs. Externer Consultant – Leistungsfelder – Grundlagen strategisches und operatives Beratungsmarketing – Kontaktpphase – Akquisitionsphase – Angebotsphase – Vertragsgestaltung - verschiedene Beratungsarten und deren Aufgabenfelder, z.B. IT-Beratung, Strategie-Beratung, Personal-Beratung – Fallstudie		
Grundlagen S&C II	30,0	45,0
Aufgaben im Sales-Bereich – Schlüsselqualifikationen – Ethik im Vertrieb - Vertriebsformen - Psychologische Grundlagen des Kundenverhaltens, Modell und Einflussfaktoren des Konsumentenverhaltens, Kaufentscheidungsprozess, Konsumentenverhalten im internationalen Kontext - Methodik im Umgang mit Kunden: Selbstkompetenz und Sozialkompetenz, Kommunikation und deren Modelle – Zielgruppenselektion, Ermittlung von Kundenpotentialen, optimale Absatzgebiete - Fallstudie		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

- Biech, E.: The Business of Consulting: The Basics and Beyond, San Francisco:Pfeiffer
 - Niedereichholz, C.: Unternehmensberatung 1: Beratungsmarketing und Auftragsakquisition, München: Oldenbourg
 - Hartenstein, M., Billing, F., Schawel, C. und Grein, M.: Der Weg in die Unternehmensberatung, Wiesbaden: Springer
 - Homburg, Christian: Grundlagen des Marketingmanagements, Wiesbaden: Springer
 - Kroeber-Riel, W.; Konsumentenverhalten, München: Vahlen
 - Kotler, P.; Armstrong, G.; Saunders, J.; Wong, V.: Grundlagen des Marketing, Stuttgart: Pearson Studium
- Weitere Literatur in der Veranstaltung.

Sales & Consulting II (W3WI_SC302)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Sales & Consulting II	Deutsch/Englisch	W3WI_SC302	1	Koslowski, Prof. Dr. Frank; Mannheim Daniel, Prof. Manfred; Karlsruhe

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Stj.		Studienrichtungskernmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verstehen das Management Accounting als markt- und entscheidungsorientiertes Instrumentarium im Rahmen des Sales- und Consultingprozesses. Die Studierenden verstehen betriebswirtschaftliche Zusammenhänge im simulierten Praxiszusammenhang.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können aufzeigen, wie ein typischer, betriebswirtschaftlich orientierter Consulting-Auftrag systematisch durchgeführt werden kann und welche vertieften Accounting-Methoden dabei zum Einsatz kommen können. Typische Organisations- und Führungsprobleme, die dabei auftreten, können analysiert und gelöst werden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können mit Fachvertretern und potenziellen Kunden Probleme und Lösungsansätze im Management Accounting entwickeln und überzeugend vertreten.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können ihre Kenntnisse auf erweiterte praxisorientierte Fragestellungen anwenden, selbstständig Problemlösungen entwickeln und übergreifende Aufgabenstellungen im Sales & Consulting-Umfeld eigenständig bearbeiten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Management Accounting	28,0	47,0
Kurz- und langfristige Optimierung des Produktionsprogramms - Make or Buy Entscheidungen – Plankostenrechnung – Prozesskostenrechnung -Target Costing		
Integrierte Fallstudie S&C	27,0	48,0
Festlegen und Verfolgen von Zielen und Strategien in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld -Produktionsprogrammentscheidungen - Entscheidungsfindung im Team - Umgang mit komplexen Entscheidungen unter Unsicherheit - Effiziente Visualisierung und Kommunikation – Consulting- und Sales-Leistung		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

- Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, Berlin: Springer
 - Hoitsch, H.-J.; Lingnau, V.: Kosten- und Erlösrechnung: Eine controllingorientierte Einführung, Berlin: Springer
 - Däumler, K.-D.; Grabe, J.: Kostenrechnung 2, Deckungsbeitragsrechnung, Herne: Nwb
 - Däumler, K.-D.; Grabe, J.: Kostenrechnung 3, Plankostenrechnung und Kostenmanagement, Herne: Nwb
 - Biech, E.: The Business of Consulting: The Basics and Beyond, San Francisco: Pfeiffer
 - Seifert, J.W.: Visualisieren. Präsentieren. Moderieren; Offenbach: GABAL-Verlag GmbH
- Weitere Literatur in der Veranstaltung.

Sales & Consulting III (W3WI_SC303)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Sales & Consulting III	Deutsch/Englisch	W3WI_SC303	1	Koslowski, Prof. Dr. Frank; Mannheim Daniel, Prof. Manfred; Karlsruhe

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Stj.		Studienrichtungskernmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die personale und soziale Seite bei der Reorganisation von Geschäftsprozessen aus der Sicht eines Beraters. Sie haben einen vertieften Einblick in das moderne Sales-Management gewonnen, verstehen die Konzeption und Steuerung von Vertriebssystemen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können Organisationen aus Sicht des Change Managements analysieren und beherrschen Vorgehensweisen nach denen in modernen Organisationen notwendige Veränderungen erkannt und gestaltet werden können. Sie können die Vertriebsinstrumente anwenden und internationale Vertriebsstrategien konzipieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden verstehen typische Rollen und ihre Interessen bei organisationalen Umgestaltungen und im Vertrieb. Sie können mit auftretenden Widerständen umgehen und faire Lösungen finden. Sie sind sich ihrer ethischen Verantwortung bewusst.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können ihre Kenntnisse auf komplexere praxisorientierte Fragestellungen anwenden, selbstständig Problemlösungen entwickeln und übergreifende Aufgabenstellungen im Sales & Consulting-Umfeld eigenständig bearbeiten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Change Management	25,0	50,0
Veränderungskompetenz als Quelle nachhaltiger Wettbewerbsvorteile im dynamischen Unternehmensumfeld – Arten und Modelle des Wandels - Einführungsstrategien – Ansätze der Organisationsveränderung, Phasenmodelle – Beteiligte und Betroffene des Wandels, Technologie-Akzeptanzmodelle – Ausgewählte Methoden und Instrumente zur Gestaltung von Wandel - Widerstand gegen geplanten Wandel (Ursachen von Widerstand, Umgang mit Widerstand) – Messung von organisatorischem Wandel – Einbettung in die Unternehmens- und IT-Strategie an Hand eines branchenspezifischen Beispiels		
Sales Management	25,0	50,0
Inhalte und Aufgaben des modernen Sales-Managements werden anhand ausgewählter Themen aus den folgenden Bereichen vertieft: Auswahl und Gestaltung von Vertriebssystemen: Ebenen und Gestaltungsparameter von Vertriebssystemen – Vertriebssysteme im B2B-Bereich – Geschäftstypenorientierte Vertriebssysteme im B2B-Bereich - Vertriebskanalentscheidungen (Distributionsdesign) – Vertriebspartnerentscheidungen – Gestaltung integrierter Vertriebssysteme - Sonderformen der Vertriebsorganisation – Akquisitionenformen & -strategien im Vertrieb Management von Vertriebssystemen: Aufgabenspektrum des Vertriebsleiters – Management der Kernprozesse im Vertrieb – Ausgestaltung der Schnittstelle Marketing-Vertrieb – Verkaufsorganisation und -führung mit (BSC) – Vertriebs-Budgetierung und –Planung – Operative Verkaufsplanung und Verkaufssteuerung – Informationsmanagement im Vertrieb - Verfahren der Kundenbewertung und –qualifizierung – Fixkosten-Management im Vertriebssystem – Methoden der Vertriebs-Optimierung und –Effizienzsteigerung - Leistungsorientierte Anreizsysteme Spezifika des internationalen Vertriebs: Konzeption von Sales-Strategien - Aktuelle Trends im Vertrieb – Praxisbeispiele, z.B. Beratungsansätze, Case Studies zur Sales Excellence		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

- Dannenberg, H.; Zupancic, D.: Spitzenleistungen im Vertrieb – Optimierungen im Vertriebs- und Kundenmanagement, Wiesbaden: Gabler Verlag
 - Homburg, C.; Schäfer, H.; Schneider, J.: Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System, Wiesbaden: Gabler Verlag
 - Königswieser, R.; Hillebrand, M.: Einführung in die systemische Organisationsberatung, Heidelberg: Springer
 - Kotter, J.P.: Leading Change: Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern, München: Vahlen
 - Lauer, T.: Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren, Wiesbaden: Gabler
 - Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung - Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM), München: Vahlen
- Weitere Literatur in der Veranstaltung.

Wirtschaftspsychologie (W3WI_SC304)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Wirtschaftspsychologie	Deutsch/Englisch	W3WI_SC304	1	Wengler, Prof. Dr. Katja; Karlsruhe Koslowski, Prof. Dr. Frank; Mannheim

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Stj.		Studienrichtungskernmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Mündliche Prüfung oder Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die grundlegenden Begriffe und Methoden der Wirtschaftspsychologie und die Anwendbarkeit auf Praxisprobleme beurteilen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, Organisationen und deren Arbeitsgestaltung zu analysieren und zu bewerten wie auch Methoden anzuwenden, um diese zu verändern.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können sich selbstständig in ein Thema der Wirtschaftspsychologie einarbeiten und ihr neu erworbenes Wissen stichhaltig und sachangemessen kommunizieren sowie über Chancen und Risiken von Maßnahmen und Methoden aus unterschiedlichen Perspektiven diskutieren.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können die Kenntnisse direkt im Unternehmen in der täglichen Arbeit einsetzen und anwenden.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Arbeits- und Organisationspsychologie	25,0	50,0
Organisationsentwicklung, Menschenbilder, Arbeitsgestaltung, Usability, Interaktionsdesign, Organisationskultur und -klima, Kreativität und Innovation, Entscheidungen, Emotionen und Stimmungen, Motivation und Zufriedenheit, Arbeiten in Teams, Konflikte, Psychologische Aspekte standardisierter Befragungen		
Ausgewählte Aspekte der Wirtschaftspsychologie	25,0	50,0
In diesem Modul sollen aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie aufgegriffen und den Studierenden vermittelt bzw. durch die Studierenden selbst erarbeitet werden. Es sollen Lehr- und Lerninhalte nach ihrer aktuellen Bedeutung (auch für die Partnerunternehmen) sowie der am jeweiligen Standort vorhandenen Fachkompetenzen ausgewählt werden.		
In der Lehrveranstaltung werden exemplarisch aktuelle bzw. vertiefende Methoden und Ansätze der Wirtschaftspsychologie aufgegriffen, z.B. Werbewirkungsmodelle, Kaufentscheidungen, Persuasion, Markenmanagement, Marketinginstrumente aus psychologischer Sicht, Methoden der psychologische Marktforschung, Finanzpsychologie, etc.		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

- Kirchler: Arbeits- und Organisationspsychologie. UTB GmbH.
- Kirchler: Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat, Göttingen: Hogrefe Verlag
- Nerdinger: Arbeits- und Organisationspsychologie, Wiesbaden: Springer
- Moser: Wirtschaftspsychologie, Wiesbaden: Springer-Lehrbuch.
- Wert: Psychologie für die Wirtschaft – Grundlagen und Anwendungen, Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.

IT-Consulting I (W3WI_SC305)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
IT-Consulting I	Deutsch/Englisch	W3WI_SC305	1	Martin, Prof. Dr. Clemens; Mannheim Wengler, Prof. Dr. Katja; Karlsruhe

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Stj.		Studienrichtungskernmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Klausur oder Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen Konzepte und Methoden des IT-Managements und den IT-rechtlichen Rahmen. Sie können Verfahren zum Management von Informationstechnologie einordnen und diese in ihren wesentlichen Zügen beschreiben.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können die Instrumente zur Einordnung und Klärung IT-rechtlicher Fragestellungen anwenden. Sie können Konzepte des IT-Managements umsetzen und Methoden anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden berücksichtigen bei der Gestaltung der IT-Landschaft und IT-Managementprozesse soziale Aspekte von Mitarbeitern und Kunden. Die Studierenden können mit IT-Spezialisten und IT-Laien über Aspekte des IT-Rechts und des IT-Managements fachadäquat kommunizieren.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind der Lage, IT-Services so auszuwählen, zu entwickeln, einzuführen und zu betreiben, so dass ein optimaler Beitrag zur unternehmerischen Wertschöpfung entsteht.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
IT-Recht	20,0	35,0
<ul style="list-style-type: none">- Begriffe und Konzepte des IT-Rechts- Immaterialgüterrecht: Schutz digitaler Werke insbes. durch das Urheberrecht;- Vertragsrecht: Besonderheiten bei Hard-/Software, Lizenzen, Open Source, Einsatz von AGB;- Internetrecht: Telemedien, E-Commerce, Domains, Haftung;- Strafrecht: Besonderheiten für das Internet u. digitale Werke;- Datenschutz: Zulässigkeit u. Sicherheit des Umgangs mit personenbezogenen Daten, Rechte der Betroffenen;- Wettbewerbsrecht: Wettbewerbsbeschränkungen, unlauterer Wettbewerb;- Rechtsschutz: Abmahnung, Unterlassungserklärung, Gerichtsverfahren		
IT-Management	35,0	60,0
<p>Konzepte und Methoden des IT-Managements:</p> <ul style="list-style-type: none">- Grundlagen des IT-Managements (Enterprise Architecture, IT-Architekturen, IT-Dienste in einem Unternehmen)- IT-Governance, Business IT Alignment- IT-Organisation- IT-Strategien- IT-Controlling- IT-Change- und Servicemanagement- Referenzmodelle (z.B. ITIL)- IT-Risikomanagement- IT-Qualitätssicherung- Ebenen der IT-Beratung inkl. Strategieberatung		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

<ul style="list-style-type: none">- Gesetzestexte: bundesrecht.juris.de oder dejure.org- Hofmann, J.; Schmidt, W. (Hrsg.): IT-Management: Das Wissen für die erfolgreiche Praxis - Grundlagen und beispielhafte Umsetzung - Für Studenten und Praktiker, Wiesbaden: Vieweg+Teubner- Resch, O.: Einführung in das IT-Management: Grundlagen, Umsetzung, Best Practice, Berlin: Erich Schmidt Verlag- Schneider, J. (Hrsg.): IT- und Computerrecht. Textausgabe mit Sachregister, München: Dt. Taschenbuchverlag- Steckler, B.: Grundzüge des IT-Rechts: Das Recht der Datenverarbeitung und der Online-Dienste, München: C.H. Beck- Tiemeyer, E.: Handbuch IT-Management. Konzepte, Methoden, Lösungen und Arbeitshilfen für die Praxis, München: Hanser Fachbuch- Zahmt, Ch.: IT-Projektverträge: Rechtliche Grundlagen, Heidelberg: dpunkt-Verlag <p>Weitere Literatur in der Veranstaltung</p>
--

IT-Consulting II (W3WI_SC306)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
IT-Consulting II	Deutsch/Englisch	W3WI_SC306	1	Martin, Prof. Dr. Clemens; Mannheim Wengler, Prof. Dr. Katja; Karlsruhe

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Stj.		Studienrichtungskernmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Klausur oder Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die Grundlagen der Informationssicherheit und deren Konzepte zu diskutieren. Sie können diese vergleichend diskutieren und ihre Anwendbarkeit beurteilen. Sie kennen aktuelle Entwicklungen im IT-Consulting-Umfeld und diese grundlegend einschätzen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können Methoden und Verfahren zur Datensicherheit und Datenschutz anwenden, einfache Sicherheitsrichtlinien konzipieren und diese implementieren. Sie können Methoden aus dem Bereich „Neue Aspekte“ in den Consulting Kontext einordnen und anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind sich der Verantwortung im Umgang mit sensiblen Daten sowie den durch die IT-Sicherheit adressierten Risiken bewusst. Sie haben erkannt, inwiefern der kontinuierliche Wandel der Informationstechnologie Arbeitswelt und Gesellschaft verändert.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können die Aspekte der Informationssicherheit und aktuelle Entwicklungen in wirtschaftsinformatischen Fragestellungen berücksichtigen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
IT-Security	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none">- Einführung in Informationssicherheit- Common Criteria- BSI IT-Grundschutz, Auditing und Assessment- Bedrohungsszenarien, Risiken- Designprinzipien, Evaluierungskriterien im Designprozess- Evaluation und Vertrauen, Zusicherung von Eigenschaften der IS- Systeme zur Sicherstellung von Datenintegrität, Authentifizierung, Autorisierung- Containment und Recovery- Grundlagen der Kryptographie, symmetrische und asymmetrische Verschlüsselung, Public Key Verfahren, digitale Signaturen- Sicherheitssysteme (z.B. Firewalls, IDS/IPS, Virens Scanner)		
Neue Aspekte des IT-Consultings	25,0	50,0
<p>In diesem Modul sollen aktuelle Themen des IT-Consultings den Studierenden vermittelt bzw. durch die Studierenden selbst erarbeitet werden. Es sollen Lehr- und Lerninhalte nach ihrer aktuellen Bedeutung (auch für die Partnerunternehmen) sowie der am jeweiligen Standort vorhandenen Fachkompetenzen ausgewählt werden, z.B.</p> <ul style="list-style-type: none">- Data Analytics, Big Data- Machine Learning- Softwareentwurfsmethoden (Frontend / Backend / Cloud)- Internet of Things, Industrie 4.0- Disruptive Geschäftsmodelle- Cloud Services <p>Weitere aktuelle Themen im IT-Consulting-Umfeld</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

- Bishop, M.: Computer Security, Boston: Art and Science
 - Pfleeger, C. P.; Pfleeger, S. L.: Security in Computing. Upper Saddle River (N.J.).
 - BSI: IT-Grundschutz-Standards. www.bsi.bund.de
 - BSI: Leitfaden Informationssicherheit. www.bsi.bund.de
 - Ferguson, N.; Schneier, B.: Practical Cryptography. Indianapolis: Wiley
- Weitere Literatur in der Veranstaltung

Datenanalyse und -management (W3WI_SC402)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Datenanalyse und -management	Deutsch/Englisch	W3WI_SC402	1	Wengler, Prof. Dr. Katja; Karlsruhe

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Stj.		Studienrichtungswahlmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung, Laborübung, Inverted Classroom
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen ausgewählte Entwicklungen sowie Anwendungsgebiete der Datenanalyse. Sie kennen übliche Verfahren, Methoden und Technologien der Datenanalyse und des Datenmanagements. Ferner sind Sie in der Lage, ausgewählte(n) Technologie(n) anzuwenden.
Methodenkompetenz	Die Studierenden kennen Methoden der Datenanalyse und des Datenmanagements, und können ausgewählte Methoden anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden verstehen die gesellschaftlichen Probleme, die durch den Einsatz der Datenanalyse auf die Gesellschaft wirken können, und sind in der Lage, diese kompetent zu diskutieren.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können reale betriebliche Problemstellungen im Kontext von Datenanalyse und Datenmanagement analysieren und Konzepte entwerfen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Aspekte der Datenanalyse	25,0	50,0
Grundlegende Prinzipien der Datenanalyse: Sammeln, Bereinigen, Bearbeiten, Visualisieren und Auswerten von Daten. Besonderheiten wie soziale Graphen und deren Eigenschaften. Auswirkungen auf Geschäftsmodelle. Auswahl von essenzielle Tools und Algorithmen der Datenanalyse (auch im Fokus von BigData), wie bspw. MapReduce Implementierung von beispielhaften Analyseszenarien auf Basis vorgegebener oder simulierter Daten.		
Aspekte des Datenmanagements	25,0	50,0
Eigenschaften und Herausforderungen von große Datenmengen, Datenqualität, Integrität, Ownership, Data Cleaning, Data Governance, Rechtlicher Rahmen, Datenschutz- und Datensicherheitsaspekte.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

- Baron, P.: Big Data für IT-Entscheider. Carl Hanser Verlag, 2013
- Carrington, P.J.; Scott, J.; Wasserman, S.: Models and Methods in Social Network Analysis, Cambridge: Cambridge University Press
- Newman, M.: Networks. An Introduction, Oxford: Oxford University Press
- Easley, D.: Networks, crowds, and markets. Reasoning about a highly connected world, New York: University Press
- Ladley, J.: Data Governance: How to Design, Deploy and Sustain an Effective Data- Governance Program (The Morgan Kaufmann Series on Business Intelligence), San francisco: Morgan-Kaufmann
- Scheuch, R.; Gansor, T.; Ziller C. : Master Data Management: Strategie, Organisation, - Architektur
- Provostund, F.; Fawcett, T.: Data Science For Business, Newton: O'Reilly
- Rajaramanund, A.; Ullman, J.: Mining of Massive Datasets; Cambridge: Cambridge University Press

Forschungsseminar Wirtschaftsinformatik (W3WI_SC404)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Forschungsseminar Wirtschaftsinformatik	Deutsch/Englisch	W3WI_SC404	1	Wengler, Prof. Dr. Katja; Karlsruhe

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Stj.		Studienrichtungswahlmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Seminar
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Seminararbeit (mit Präsentation)	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen aktuelle Forschungsthemen der Wirtschaftsinformatik, können diese selbstständig unter Coaching erarbeiten und in den Kontext des Sales and Consulting einordnen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden kennen Methoden der ausgewählten Forschungsgebiete.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können die erarbeiteten Themengebiete anderen Studierenden in der seminaristischen Lehrveranstaltung aufbereiten und verständlich kommunizieren. Ferner können sie miteinander über diese Themen diskutieren und durch die Diskussion über die Themen kritisch reflektieren.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, neue anwendungsorientierte Forschungsergebnisse im Kontext des eigenen Unternehmens einzuordnen und zu argumentieren, ob und wie ein Fortschritt für das Unternehmen mit den neuen Ergebnissen der Forschung erzielt werden kann.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Ausgewählte Forschungsthemen der Wirtschaftsinformatik I	28,0	47,0
Ziel des Seminars ist es, dass Studentinnen/Studenten aktuelle, wissenschaftliche Themen der Wirtschaftsinformatik (anwendungsforschungsnah) durch Coaching der Dozentin/des Dozenten erarbeiten, vortragen und im Seminar zu den unterschiedlichen Themen Stellung beziehen können.		
Ausgewählte Forschungsthemen der Wirtschaftsinformatik II	27,0	48,0
Ziel des Seminars ist es, dass Studentinnen/Studenten aktuelle, wissenschaftliche Themen der Wirtschaftsinformatik (anwendungsforschungsnah) durch Coaching der Dozentin/des Dozenten erarbeiten, vortragen und im Seminar zu den unterschiedlichen Themen Stellung beziehen können.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Literatur wird auf Basis der Themenauswahl in der Vorlesung bekannt gegeben.

Mobile Applikationen (W3WI_SC405)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Mobile Applikationen	Deutsch/Englisch	W3WI_SC405	1	Martin, Prof. Dr. Clemens; Mannheim Pfisterer, Prof. Dr. Dennis; Mannheim

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Stj.		Studienrichtungswahlmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung, Inverted Classroom
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über die notwendigen technischen Grundlagen zur Entwicklung mobiler Applikationen. Sie können die spezifischen technologischen Anforderungen mobiler Applikationen gegenüber den Anforderungen nicht-mobiler Applikationen abgrenzen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können einschätzen, welche Technologien für die Umsetzung einer mobilen Applikation notwendig sind und mit welcher Entwicklungsumgebung diese realisierbar ist. Sie können einfache mobile Applikationen realisieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können die durch die technischen Möglichkeiten mobiler Applikationen entstehenden Probleme beurteilen. Sie können fachadäquat über grundlegende Technologien kommunizieren. Sie können die Folgen des Einsatzes derartiger Technologien für ihr persönliches und gesellschaftliches Umfeld abschätzen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, zu erkennen, wann mobile Lösungen sinnvoll sind und diese zu planen und zu implementieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Mobile Applikationen I	28,0	47,0
- Grundlagen der Entwicklung mobiler Applikationen - Einführung in aktuelle Technologien (z.B. Mobile Plattformen, Wearables, Augmented Reality, Smart Home, Internet der Dinge, etc.) - Übersicht aktueller Entwicklungswerkzeuge und integrierte Entwicklungsumgebungen		
Mobile Applikationen II	27,0	48,0
- Entwicklung einfacher Anwendungen auf einer oder mehreren Plattformen - Kommunikation mit Backend-Systemen - Technologien zur Positionsbestimmung für Location Based Services - Eventueller Einsatz von Sensorik und alternativen Netzwerken (z.B. Near-Field-Communication, Bluetooth, etc.)		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

- Dwivedi, H.; Clark, C.; Thiel, D.: Mobile Application Security, Chicago: McGraw-Hill Professional
- Eckert, C.: IT-Sicherheit: Konzepte – Verfahren – Protokolle, München: Oldenbourg Verlag
- Fling, B.: Mobile Design and Development: Practical Concepts and Techniques for Creating Mobile Sites and Web Apps, Sebastopol: O'Reilly
- Frederick, G. R.; Lal, R.: Beginning Smartphone Web Development: Building JavaScript, CSS, HTML and Ajax-Based Applications for iPhone, Android, Palm Pre, Blackberry, Windows Mobile, New York: Apress
- Sauter, M.: Grundkurs mobile Kommunikationssysteme: UMTS, HSDPA und LTE, GSM, GPRS und Wireless LAN, Wiesbaden: Vieweg+Teubner, Wiesbaden
- Tanenbaum, A. S.: Computernetzwerke, München: Pearson Studium

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Entwicklung Mobiler Applikationen (W3WI_SC407)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Entwicklung Mobiler Applikationen	Deutsch/Englisch	W3WI_SC407	1	Wengler, Prof. Dr. Katja; Karlsruhe

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Stj.		Studienrichtungswahlmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Laborübung, Inverted Classroom
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Assignment	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über weitere technologische Kenntnisse zur Entwicklung mobiler Applikationen. Sie sind in der Lage komplexere mobile Applikationen zu entwickeln.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können einschätzen, welche Technologien für die Datensicherheit und Optimierung von mobilen Applikation notwendig sind. Außerdem können Sie Sensoren und andere native Technologien in Applikationen einbinden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können die durch die technischen Möglichkeiten mobiler Applikationen entstehenden Probleme z.B. des Schutzes persönlicher Daten (z. B. Erstellung von Bewegungsprofilen) zu bewerten und fachadäquat lösen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können die erlernten Technologien in jetzigen und zukünftigen Projekten mit Bezug auf mobile Applikationen beurteilen und anwenden.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Technologische Aspekte in der Entwicklung mobiler Applikationen	25,0	50,0
In diesem Modul sollen aktuelle Themen aufgegriffen und den Studierenden vermittelt werden bzw. durch die Studierenden selbst erarbeitet werden. Es sollen Lehr- und Lerneinheiten nach ihrer aktuellen Bedeutung (auch für die Partnerunternehmen) ausgewählt werden, z.B. <ul style="list-style-type: none"> - Technologien zur Positionsbestimmung für Location Based Services - Einsatz von Sensorik und alternativen Netzwerken (z.B. Near-Field) - Optimierung und Performance - Sicherheit und Verschlüsselung 		
Weiterführende Konzepte in der Entwicklung mobiler Applikationen	25,0	50,0
In der Lehrveranstaltung sollen die Studierenden ihre Kenntnisse im Bereich mobile Applikationen ausbauen und insbesondere in kleineren Projekten unter Einsatz von weiteren Frameworks / Plattformen vertiefen		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Aktuelle Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Produktions- und Servicemanagement (W3WI_SC408)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Produktions- und Servicemanagement	Deutsch/Englisch	W3WI_SC408	1	Martin, Prof. Dr. Clemens; Mannheim

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Stj.		Studienrichtungswahlmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden beherrschen Methoden, um vorhandene Ressourcen nach Maßgabe von Qualität, Umfang, Zeit und Kosten effizient einzusetzen, insbesondere mit Blick auf das effektive und effiziente Management von Service-, Produktions- und Logistikprozessen im laufenden Betrieb. Sie kennen die Bedeutung des Operations-Management und verstehen Kernaspekte der industriellen Kostenrechnung, sind in der Lage, Zielsetzungen und Geschäftsprozesse zu beschreiben sowie Methoden der Materialwirtschaft auf der einen und der industriellen Kostenrechnung auf der anderen Seite situationsspezifisch umzusetzen. Sie kennen Verfahren und Werkzeuge zur Qualitätsbetrachtung können diese anwenden.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können Verfahren des Service-Management einordnen und an einfachen Beispielen, Fallstudien oder Simulationsumgebungen anwenden. Sie können Verfahren des Produktions-Management einordnen und an einfachen Beispielen, Fallstudien oder Simulationsumgebungen anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, fachadäquat über Problem des Service- und Produktionsmanagements zu kommunizieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Insbesondere im Zusammenhang mit Global Sourcing als weit verbreiteter Beschaffungsstrategie werden die Studierenden an ethische Fragen um Arbeitsbedingungen, faire Entlohnung und Kinderarbeit herangeführt. Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, über Fragen der Materialwirtschaft und industriellen Kostenrechnung fachadäquat zu kommunizieren und sich mit Fachvertretern und Laien über Probleme und Lösungsansätze in dem Bereich auszutauschen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, ihr Wissen und Verstehen in Service-Management Materialwirtschaft und industrieller Kostenrechnung auf ihre Tätigkeit und ihren Beruf anzuwenden und selbständig Problemlösungen zu erarbeiten.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Produktions- und Servicemanagement I	28,0	47,0
<ul style="list-style-type: none">- Produktionsprozesse- Produktionsplanung und -steuerung- Materialmanagement- Forecasting-Techniken- Prozesskosten und Target Costing- Grundlagen des Dienstleistungsmanagement- Besonderheiten des Konsumverhaltens im Dienstleistungsbereich- Leistungswahrnehmung und Bewertung- Grundlagen der Servicequalität- Ressourcenplanung und -management- Kostenrechnungsverfahren bei Dienstleistungen		
Produktions- und Servicemanagement II	27,0	48,0
<ul style="list-style-type: none">- Informationssysteme zum Management des Einkaufsprozesses- Sourcing-Strategien- Beschaffungsprozesse- Distributionsprozesse- Qualitätsbetrachtungen und Qualitätsmanagement in Service und Produktion- TQM Methoden- Produktions- und IT-Prozesse im regulierten Umfeld- Bedeutung neuer Technologien für Operationen wie z. B. EDI, RFID- Systeme zur Unterstützung von Produktions-Prozessen- Fragestellungen im Sales und Consulting Umfeld von Produktions-Management-Projekten- Service Engineering Prozess- Zahlungssysteme- Bedeutung neuer Technologien im Service Bereich z. B. elektronische Identifikationen,- Systeme zur Unterstützung von Service Prozessen- Alternativ oder begleitend: Unternehmensplanspiel zur Logistik, Produktion, Services		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

- Däumler, K.-D.; Grabe, J.: Kostenrechnung 2 – Deckungsbeitragsrechnung, Herne: nwb
 - Fitzsimmons, J. und Fitzsimmons, M.: Service Management, Boston: McGraw-Hill
 - Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, Heidelberg: Springer
 - Haller, S.: Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Gabler
 - Hoppe, M.: Bestandsoptimierung mit SAP, Bonn: Galileo
 - Martin, H.: Transport- und Lagerlogistik, Wiesbaden: Vieweg.
 - Melzer-Ridinger, R.: Materialwirtschaft und Einkauf, München: Oldenbourg
 - Stevenson, W.: Operations Management, Boston: McGraw Hill
 - Thonemann, U.: Operations Management. Konzepte, Methoden und Anwendungen, München: Pearson Studium
 - Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft und Logistik, Springer, Berlin/Heidelberg. Niedereichholz, C.: Unternehmensberatung 1: Beratungsmarketing und Auftragsakquisition, München: Oldenbourg
- Weitere Literatur in der Veranstaltung

Sales & Consulting Projekt (W3WI_SC409)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Sales & Consulting Projekt	Deutsch/Englisch	W3WI_SC409	1	Martin, Prof. Dr. Clemens; Mannheim Holzweißig, Prof. Dr. Kai; Stuttgart

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Stj.		Studienrichtungswahlmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Projekt
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden haben ihre S&C-Kompetenzen an einem konkreten Projekt vertieft und/oder erweitert.
Methodenkompetenz	Die Studierenden haben ihre S&C-Methodenkompetenz durch Anwendung in einem realen Projekt erprobt und darüber reflektiert.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können die eigene Position und den eigenen Beitrag im Projekt argumentativ begründen und verteidigen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, ihr Wissen und Verstehen aus ausgewählten Disziplinen der Wirtschaftsinformatik auf ihre Tätigkeit oder ihren Beruf anzuwenden, selbstständig Problemlösungen in Teams zu analysieren, zu entwickeln und/oder zu implementieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
S&C Projekt I	25,0	50,0
Aspekte des Sales & Consulting sollen in einem Projekt vertieft werden: z.B. Projektmarketing, Produktmarketing, Vertriebsstrategien, Einführungskonzepte, vertragliche Vereinbarungen, vertragssichere Lieferung und Leistungen, Anforderungsmanagement, Fachkonzeption, Prototyping, Kundenakzeptanz, Dokumentation, Berichtswesen, Präsentation		
S&C Projekt II	25,0	50,0
Aspekte des Sales & Consulting sollen in einem Projekt vertieft werden: z.B. Projektmarketing, Produktmarketing, Vertriebsstrategien, Einführungskonzepte, vertragliche Vereinbarungen, vertragssichere Lieferung und Leistungen, Anforderungsmanagement, Fachkonzeption, Prototyping, Kundenakzeptanz, Dokumentation, Berichtswesen, Präsentation		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Die Literatur wird in der Vorlesung projektbezogen bekannt gegeben.

Technikfolgenabschätzung von Digitalisierung (W3WI_SC410)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Technikfolgenabschätzung von Digitalisierung	Deutsch/Englisch	W3WI_SC410	1	Daniel, Prof. Manfred; Karlsruhe

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Stj.		Studienrichtungswahlmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung, Rollenspiel
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen wissenschaftliche Ansätze und Methoden, um die Wirkungen von Informationstechnologien abzuschätzen und zu bewerten. Sie können nichttechnische Auswirkungen von zukunftsweisenden Informationssystemen auf den/die Einzelne/n, auf Unternehmen und auf die Gesellschaft benennen und aus unterschiedlichen Perspektiven einschätzen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können Methoden zur Erkennung, Analyse und Bewertung der nicht-technischen Auswirkungen von Informationssystemen auf den/die Einzelne/n, auf Unternehmen und auf die Gesellschaft anwenden und bei Entwicklungsprojekten berücksichtigen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit auch ihre gesellschaftliche, ethische und soziale Verantwortung zu erkennen und dieser reflektierend und angemessen nachzukommen. Sie können ihr Wissen über Informationstechnologien und Ihre Einsatzmöglichkeiten in den unternehmensinternen wie auch gesellschaftlichen Diskurs über Entwicklungsrichtungen einbringen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können auch konfliktbehaftete Projekte, in denen unterschiedliche Perspektiven und Interessen eine Rolle spielen, verantwortlich und ausgleichend durchführen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Digitalisierung der Arbeitswelt	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"> - Auswirkungen der Wirtschaftsinformatik und ihrer Anwendungen („Digitalisierung“) auf Gesellschaft, Wirtschaft und Privatsphäre (Grundlagen) - Methoden und Modelle der Technikfolgenabschätzung - Rolle der Wirtschaftsinformatik - Berufsethische Fragestellungen, eigene Rolle im Prozess der Digitalisierung: - Ethik-Kodizes für Informatiker - Handeln im Spannungsfeld unterschiedlicher Interessen - Analyse ausgewählter zukunftsorientierter Technologien und Anwendungsbereiche der Arbeitswelt - Beispiele für Technologien: - Internet of Things - Cyber-physische Systeme - Robotik - Maschinelles Lernen - Augmented und Virtual Reality - Blockchain-Technologie, etc. - Beispiele für Anwendungsbereiche: Industrie 4.0 - Logistik - Finanzdienstleistungen (Fintechs, Versicherungen, ...) - Gesundheitsbranche - Agrarwirtschaft - Handel (e-Commerce, Personalisierung, Mobile Commerce), etc. - Beurteilung von Chancen (z. B. neue Geschäftsmodelle) und Risiken (z. B. Arbeitsplatzrisiken) aus unterschiedlichen Perspektiven - Diskussion von Entwicklungs- und Handlungsalternativen 		
Digitalisierung der Gesellschaft	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"> - Analyse ausgewählter zukunftsorientierter Technologien und Anwendungsbereiche der Gesellschaft, z. B.: - Bildung (Digitalisierung der Bildung) - Energieversorgung (Smart Grids, ...) - Mobilität Ganzheitliche Mobilitätssysteme, ...) - Wohnen (Digitalisierung von Gebäuden, Smart Home, ...) - Versorgung von älteren Menschen (Pflegeroboter, ...) - Sicherheit (Überwachungstechnologien, ...) - Kommunikation und Kultur (Soziale Medien, Social Bots, Mediensucht, ...), etc. - Beurteilung von Chancen (z. B. Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen) und Risiken (z. B. Einschränkung von Grundrechten) aus unterschiedlichen Perspektive - Diskussion von Entwicklungs- und Handlungsalternativen 		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

- Ausgewählte übergreifende Literatur; die zu verwendende Literatur hängt von den gewählten Anwendungsbereichen ab
- Decker, M.; Bellucci, S.; Bröckler, St.; D'Anna-Huber, C.; Nentwich, M.; Rey, L.; Sotoudeh, M. (Hrsg.) Technikfolgenabschätzung im politischen System. Zwischen Konfliktbewältigung und Technologiegestaltung. Berlin.
 - Heesen, J. (Hrsg.): Handbuch Medien- und Informationsethik
 - Frank Fuchs-Kittowski; Werner Kriesel (Hrsg.): Informatik und Gesellschaft. Peter Wien: Lang Verlag
 - Andrea Kienle, Gabriele Kunau: Informatik und Gesellschaft, Eine sozio-technische Perspektive, München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag
 - Hartmut Hirsch-Kreinsen, Peter Ittermann, Jonathan Niehaus (Hrsg.): Digitalisierung industrieller Arbeit, Baden-Baden: Nomos- Frey C, Osborne M : The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation? Oxford Martin School Working Paper
 - Fischer, P. (Hrsg.): Wirtschaftsethische Fragen der E-Economy. In: Ethische Ökonomie, Band 8, Heidelberg: Physica-Verlag
 - Hausmanning, Th.; R. Capurro (Hrsg.): Netzethik - Grundlegungsfragen der Internetethik, Bern: Wilhelm Fink Verlag

Integration I (W3WI_SC411)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Integration I	Deutsch/Englisch	W3WI_SC411	1	Martin, Prof. Dr. Clemens; Mannheim

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Stj.		Studienrichtungswahlmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Studierende kennen die wesentlichen Züge der deutschen Rechts- und Gesellschaftsordnung. Sie haben sich mit Migration sowie dem wirtschaftlichen Prozess der Globalisierung und seinen Auswirkungen auf kulturelle Prägungen auseinandergesetzt. Aufbauend auf unterschiedlichen disziplinären Zugängen lernen die Studierenden die zentralen Konzepte des Kulturbegriffs kennen und besitzen einen Überblick über wesentliche Kulturtheorien, die einen Vergleich zwischen Kulturen ermöglichen. Sie haben die zentralen Einflussgrößen auf Situationen interkultureller Kommunikation analysiert und ein umfassendes Verständnis für kulturelle Prägungen in interpersonalen Situationen entwickelt. Durch kulturvertiefende Studien verfügen die Studierenden über gezieltes Hintergrundwissen in deutschen Landes- und Geschäftskulturen und kontrastieren sie mit denen ihrer Herkunftsländer.
Methodenkompetenz	Studierende können die wesentlichen Bestandteile der Gesellschaftsordnung richtig benennen, Aufgaben zuordnen und ihre Rolle im jeweiligen Zusammenhang einordnen und bewerten. Studierende können die zentralen Einflussgrößen auf Situationen interkultureller Kommunikation analysieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können die Grundlagen der Veranstaltung auf den persönlichen, privaten und betrieblichen Erfahrungsbereich übertragen und reflektieren sowie eigene Verhaltensmuster erkennen und erste Anpassungen vornehmen. Sie haben ihre eigene kulturelle Prägung kognitiv und affektiv reflektiert. Sie sind sich der Notwendigkeit einer modellhaften Analyse interkultureller Interaktion und des darin inhärenten Risikos der Stereotypisierung bewusst. Sie sind offen für Anregungen und in der Lage, vorgegebene Methoden auf konkrete Problemstellungen selbstständig anzuwenden. Die Studierenden können Daten und Informationen aus diversen internen und externen Quellen sammeln, grundsätzlich bewerten und nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten. Sie können die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zunehmend selbstständig zum Wissenserwerb nutzen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Ansätze zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Sie verfügen über grundlegende Analysemuster, mit denen sie Problemstellungen interkultureller Interaktion zielorientiert strukturieren können. Auf der Basis des bereits erworbenen Wissens zu verschiedenen soziokulturellen Kontexten können sie Handlungsoptionen in konkreten Situationen aufzeigen, kritisch bewerten und ihre Entscheidung zur gewählten Handlungsalternative plausibel begründen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Gesellschaft und Recht	28,0	47,0
- Grundzüge der Gesellschaftsordnung - Recht- und Rechtsstaatlichkeit - Arbeit und Beruf - Gesundheit, Vorsorge, Sozialsysteme - Arbeit und Beruf		
Interkulturelle Begegnung	27,0	48,0
- Das Phänomen Kultur - Kulturtheoretische Ansätze - Selbstbild/Fremdbild - Ethnozentrismus - Stereotypisierung - Interkulturelle Kommunikation - Vertiefende Kulturstudien - Sprachkompetenz Deutsch		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

- Browaeyns, M. J.; Price, R.: Understanding cross-cultural management, Upper Saddle River: Pearson Education
- Deresky, H.: International management: managing across borders and cultures, Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall
- Harlow: Financial Times Prentice Hall
- Lüsebrink, H.-J.: Interkulturelle Kommunikation – Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer, Stuttgart: Metzler
- Luthans, F.; Doh, J. P.: International management: culture, strategy and behavior, New York: McGraw-Hill
- Schmidt, M.G.: Das politische System Deutschlands, Institutionen, Willensbildung und Politikfelder, Bonn: BPB
- Schneider, U.; Hirt, C.: Multikulturelles Management, München: Oldenbourg
- Thomas, D. C.: Cross-cultural management – Essential concepts, Thousand Oaks: Sage
- Weitere Literatur in der Veranstaltung: Ergänzende Literatur (Bildungsbroschüren, Lehrmaterial v. z.B. BAMF, Bundeszentrale f. politische Bildung, Innenministerium, etc.)

Integration II (W3WI_SC412)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Integration II	Deutsch/Englisch	W3WI_SC412	1	Martin, Prof. Dr. Clemens; Mannheim

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Stj.		Studienrichtungswahlmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Portfolio	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verstehen Grundlagen Deutscher Geschäftskultur und den Stellenwert situationsangemessener Kommunikationsformen in Wirtschaft und Wissenschaften.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können situationsangepasst im betrieblichen Kontext mündlich und schriftlich kommunizieren sowie die wissenschaftliche Kommunikation zur Darlegung von Fachinhalten, in den Disziplinen der im Studium vermittelten Fachwissenschaften, richtig verwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden haben ein Gefühl für die vielschichtigen Einflüsse und Wirkungen von Kultur auf wirtschaftliche Zusammenhänge entwickelt. Sie sind in der Lage, ihr eigenes Verhalten vor dem Hintergrund anderer Wertesysteme zu reflektieren und das Verhalten anderer aus verschiedenen Perspektiven zu analysieren. Die Studierenden können konstruktiv in einer internationalen Arbeitsgruppe mitarbeiten.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, die Konzepte der kulturellen Spezifika in Bereiche der geschäftlichen und wissenschaftlichen Kommunikation zu übertragen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Doing Business in Germany	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none">- Deutsche Kultur und der Einfluss von Internationalisierung- Unternehmenskultur- Unternehmensstrukturen- Objektivitätskonzept- Wertschätzung von Regulierung und Strukturen- Regelorientierung und Internalisierung- Zeitkonzept- Differenzierung zwischen unterschiedlichen Lebensspähren (persönlich, beruflich, öffentlich)- Distanzkonzepte und Internationalisierungsstrategien- Vertiefende Kulturstudien- Reflexion an der Herkunftskultur		
Wissenschaftssprache Deutsch	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none">- Geschäftliche Kommunikation (Bewerbung, Angebot, Angebotsannahme, ..) Fachvokabular, Grammatische Konzepte- Höflichkeitsformeln, Begrüssung, Vorstellung , Lebensläufe, Beschwerden- Marketing- und Werbung- Kommunikation unter Berücksichtigung einer Nieder-Kontext-Gesellschaft- Abgrenzung zur Wissenschaftssprache,- Neutralität, Objektivität, Verbindung zum wissenschaftlichen Arbeiten- Wissenschaftliche Präsentation- Sprachkompetenz Deutsch		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

- Brodbeck, F.- C. / Frese, M.: Societal Culture and Leadership in Germany, in: Culture and Leadership Across the World: The GLOBE Book of InDepth Studies of 25 Societies, ed. By Jagdeep S. Chhokar / Felix C. Brodbeck / New York: Robert J. House
- Deresky, H.: International management: managing across borders and cultures, Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall
- Hueber: Geschäftskommunikation - besser schreiben
- Hueber: Geschäftskommunikation - Verhandlungssprache
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica-Verlag
- Langenscheidt: Wirtschaftskommunikation - Deutsch
- Langenscheidt: Das Textbuch Wirtschaftsdeutsch Langenscheidt
- Schroll-Machl, S.: Die Deutschen - Wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Stichel-Wolf, C.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler Theisen,
- M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

Betriebliche Informationssysteme (W3WI_SC413)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Sales & Consulting	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Betriebliche Informationssysteme	Deutsch/Englisch	W3WI_SC413	1	Martin, Prof. Dr. Clemens; Mannheim

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Stj.		Studienrichtungswahlmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung, Inverted Classroom
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Projektarbeit	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	<p>Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen des Supply Chain Management, von ERP- und CRM-Systemen zur Unterstützung der betrieblichen Informationsverarbeitung in Service und Operation Management (Integrierte Informationsverarbeitung).</p> <p>Die Studierenden verstehen betriebliche Informationssysteme und ganze Systemlandschaften als die integrierte, technische Implementierung der Geschäftsszenarien eines Unternehmens.</p> <p>Sie können unterschiedliche betriebliche Informationssysteme auf der Grundlage ihres Funktionsumfangs klassifizieren und bewerten.</p> <p>Sie wenden ihr Wissen über branchenbezogene Geschäftsszenarien praktisch an und analysieren die Implementierung der Szenarien in ausgewählten betrieblichen Informationssystemen.</p> <p>Die Studierenden können die erlernten theoretischen Grundlagen in Szenarien des Sales & Consulting zu betrieblichen Informationssystemen einsetzen.</p>
Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden können den Einsatz von IT-Systemen zur Lösung von Problemen und Aufgabenstellungen im Produktions- und Servicemanagementumfeld einordnen und bewerten. Sie sind in der Lage, die Kernfunktionen von betrieblichen Informationssystemen zur Lösung von betrieblichen Problemstellungen anzuwenden.</p> <p>Sie können den Einsatz von IT-Systemen zur Lösungen von Problemen und Aufgabenstellungen im Sales- und Consulting-Umfeld einordnen und bewerten.</p>
Personale und Soziale Kompetenz	<p>Die Studierende werden für die Probleme und Herausforderungen sensibilisiert, die mit Global-Sourcing-Strategien auftreten. Sie sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die Themen betrieblicher Informationssysteme fachlich fundiert zu kommunizieren und sie kennen die Probleme und Lösungsansätze in diesen Bereichen. Sie wissen um ihre Verantwortung im Umgang mit persönlichen und betrieblichen, sensiblen Daten.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz	<p>Die Studierenden können ihr Wissen zu betrieblichen Fragestellungen im Bereich des Operations- und Service Management (in der Konzeption und im Einsatz von IT-Lösungen) lösungsorientiert anwenden und selbständig Problemlösungen erarbeiten.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Betriebliche Informationssysteme I	25,0	50,0
<p>- Theoretische Grundlagen: Übersicht und Grundbegriffe – Integrationsmodelle und Informationsarchitekturen – Funktionen und Prozesse Historische Entwicklung – Funktionen – Marktübersicht – Realisierung – Implementierung in Unternehmen: Auswahl, Einführung, Customizing – IT-Projektmanagement bei ERP-Projekten – Neue Entwicklungen (z.B. Service Oriented Architecture)</p> <p>- Anwendung: Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden verschiedene Geschäftsprozesse eines Unternehmens betrachtet und analysiert. Dies geschieht einerseits im Hinblick auf deren Implementierung in einem ERP-System und andererseits auf das zugehörige Customizing (unter Berücksichtigung der Integration und Schnittstellen zu den unterschiedlichen Unternehmensbereichen). Darüber hinaus werden unterstützende und unternehmensübergreifende Geschäftsprozesse behandelt, z.B. Business Intelligence (BI) und Supply Chain Management (SCM)</p>		
Betriebliche Informationssysteme II	25,0	50,0
<p>- Rolle und Position von CRM-Systemen in der betrieblichen Informationsarchitektur - Layout, Betrieb und Nutzung von CRM-Systemen (auch mobile Systeme) aus Sicht der Wirtschaftsinformatik, - Nutzung von ERP-Systemen für IT-Dienstleister - Business Intelligence im Sales- und Servicesektor - IT-Servicemanagement - spezielle Anforderung aus Sicht von Sales&Consulting</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

<p>- Anthony, R.; Govindarajan, V.: Management Control Systems, Boston: McGraw-Hill - Arnold, D. u.a. (Hrsg.): Handbuch Logistik, Berlin: Springer - Benz, J.; Höflinger, M.: Logistikprozesse mit SAP: Eine anwendungsbezogene Einführung - Mit durchgehendem Fallbeispiel - Geeignet für SAP Version 4.6A bis ERP 2005 Wiesbaden: Vieweg+Teubner, Wiesbaden - ERP-Management. Zeitschrift für unternehmensweite Anwendungssysteme. Gito, Berlin Fitzsimmons, J. und Fitzsimmons, M.: Service Management, Boston: McGraw-Hill - Frick, D.; Gadatsch, A.; Schäffer-Külz, U.: Grundkurs SAP ERP. Geschäftsprozessorientierte Einführung mit durchgehendem Fallbeispiel, Wiesbaden: Vieweg+Teubner - Gronau, N.: Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management. Architektur und Funktionen, München: Oldenbourg - Haller, S.: Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Gabler - Körsgen, F.: AP R/3-Arbeitsbuch. Grundkurs mit Fallstudien, Berlin: Erich Schmidt - Krampe, H.; Lucke, H.-J. (Hrsg.): Grundlagen der Logistik, München: Huss - Kurbel, K.: Produktionsplanung und -steuerung im Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management, München: Oldenbourg - Laudon, K.; Laudon, J.: Management Information Systems: Managing the Digital Firm, New Jersey: Pearson - McKinney, E.; Kroenke, D.: Processes, Systems, and Information: An Introduction to MIS, New Jersey: Pearson - Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 1. Operative Systeme in der Industrie, Wiesbaden: Gabler - Mertens, P.; Meier, M. C.: Integrierte Informationsverarbeitung 2. Planungs- und Kontrollsysteme in der Industrie, Wiesbaden: Gabler - Schulte, C.: Logistik, München: Vahlen - Stevenson, W.: Operations Management, Boston: McGraw-Hill - Thonemann, U.: Operations Management. Konzepte, Methoden und Anwendungen, München: Pearson Studium - Uebel, M.; Helmke, S. und Dangelmeier, W.: Praxis des Customer Relationship Management, Wiesbaden: Gabler</p>
