

Modulhandbuch MMS

Inhaltsverzeichnis:

Betriebswirtschaftliche und rechtliche Grundlage	2
Externes Rechnungswesen	4
Internes Rechnungswesen	6
Unternehmen und Märkte 1	8
Internationaler Vertrieb und Kulturmodelle	10
Unternehmen und Märkte 2	13
Kommunikation im internationalen Vertrieb	16
Sprachen	19
Projektmanagement im internationalen Vertrieb	20
Wahlpflichtmodul Wirtschaft	22
Wahlpflichtmodul Technik	23
Integratives Projekt	25
Masterarbeit	27
Mündliche Masterprüfung	28

Modul-Name	Betriebswirtschaftliche und rechtliche Grundlage			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Richard Sobotta	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B	MO1	5	150
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input checked="" type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	5	75	75

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M.Eng.	PM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: ... Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: MO2, MO4

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)	K120		
	Modulteilprüfung (MTP)			
Zusammensetzung der Endnote				

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Betriebswirtschaftslehre als angewandte Wissenschaft einordnen • haben einen Überblick über die betriebliche Wertschöpfung • können Unternehmen als Teil der Wirtschaft einordnen • kennen Unterscheidungsmerkmale von Unternehmen • kennen grundlegende juristische Rahmenbedingungen • verstehen die Erfordernisse von Zielsetzung und Strategie in der Betriebswirtschaftslehre • können im betrieblichen Alltag Ziele ableiten und diese operationalisieren • können eine Bilanz, GuV und Kapitalflussrechnung einordnen und daraus Aussagen für die Unternehmensführung ableiten • können ein kohärentes Zielsystem durch operative Leistungskennzahlen ableiten • können Inhalte spezieller betriebswirtschaftlicher Disziplinen in einen Gesamtkontext einordnen • kennen Erfolgsfaktoren bei der fachbereichsübergreifenden Zusammenarbeit von Entwicklung, Beschaffung, Produktion, Vertrieb und Personal • verstehen Instrumente des Personalmanagements • übertragen Wissen auf Praxisbeispiele • kennen grundlegende juristische Rahmenbedingungen • gewinnen Einblicke in die Gestaltung von Verträgen, auch in grenzüberschreitenden wirtschaftlichen Beziehungen
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz 2 Methodenkompetenz 3 Sozial-/Selbstkompetenz

Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung	<input checked="" type="checkbox"/> Übung	<input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium	<input type="checkbox"/> Workshop/Seminar
	<input type="checkbox"/> Projekt	<input type="checkbox"/> Labor	<input type="checkbox"/> Exkursion	<input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester
	<input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____			

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Prof. Dr. Richard Sobotta	V	2	2	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Betriebswirtschaftslehre • Wirtschaft und Unternehmen • Die betriebliche Wertschöpfung • Unternehmensziele, Strategie und Operationalisierung • Grundlagen der Finanz- und Leistungswirtschaft • Unternehmerische Planung • Management • Marketing • Personalmanagement • Organisation und Prozessmanagement
Nationales und Internationales Vertragsrecht Dr. Steffen Roller	V	3	3	<ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Grundlagen • Rechtsgeschäftslehre • allgemeines Schuldrecht • typische vertragliche Schuldverhältnisse im Überblick • Sicherungsmittel • Gewährleistung beim Kaufvertrag • Vertragspraxis • Verbraucherschutz • Leistungsstörungen • Internationales Privatrecht • Grundlagen des internationalen Zivilverfahrensrechts • UN-Kaufrecht • Schiedsgerichtsbarkeit.

Literatur/Medien	Thommen et al.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 8. Aufl., Springer Gabler, 2017. In der Vorlesung verteiltes Skript; Hinweise auf weiterführende Literatur zu Beginn der Vorlesung.		
	Vertragsrecht: In der Vorlesung verteiltes Skript; Hinweise auf weiterführende Literatur zu Beginn der Vorlesung.		
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	28.03.2019

Modul-Name	Externes Rechnungswesen			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Manfred Glaser	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B	MO2	5	150
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input checked="" type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	6	90	60

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M.Eng.	PM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: MO3 Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: MO1

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)	K120		
	Modulteilprüfung (MTP)			
Zusammensetzung der Endnote	Note der Modulprüfung			

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • lernen die für die Finanzbuchführung und Jahresabschlusserstellung eines Unternehmens maßgeblichen Verfahren, Vorschriften und Methoden kennen • sind in der Lage, Geschäftsvorfälle sowohl unter Beachtung der deutschen handels- und steuerrechtlichen Vorschriften als auch nach den Regeln der internationalen Rechnungslegung buchhalterisch abzubilden • können den Zusammenhang von Geschäftsvorfällen mit dem Jahresabschluss herstellen • haben ein grundsätzliches Verständnis für den Inhalt, die Funktion und die Aussagefähigkeit eines Jahresabschlusses • kennen die maßgeblichen Unterschiede zwischen der Rechnungslegung nach nationalen und internationalen Rechnungslegungsvorschriften
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz 2 Methodenkompetenz 3 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Sonstiges:

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Buchführung und Jahresabschluss (erste Semesterhälfte) / Prof. Dr. Manfred Glaser	V	4	3	<ul style="list-style-type: none"> • Buchführung und Jahresabschluss • Grundlagen der Buchführung (Begriffe, Organisation und Rechtsvorschriften)

				<ul style="list-style-type: none"> • Verbuchung laufender Geschäftsvorfälle auf Bestands- und Erfolgskonten unter Einbeziehung der Mehrwertsteuer-Ermittlung und Verbuchung von Anschaffungs- und Herstellungskosten und Bestandsveränderungen-Vorbereitende Abschlussarbeiten (Abschreibungen, Rückstellungen und Rechnungsabgrenzungsposten) • Schlussbilanz und Gewinn- und Verlustrechnung
Internationale Rechnungslegung (in zweiter Semesterhälfte) / Urs Gnädinger	V	2	2	<ul style="list-style-type: none"> • Internationale Rechnungslegung • Umfeld und Normensysteme in der internationalen Rechnungslegung • Abstrakte Normen für den Bilanzansatz und die Bewertung von Vermögenswerten und Schulden nach HGB und IFRS • sonstige Jahresabschlussbestandteile, insb. Kapitalflussrechnung und Ergebnisrechnung-Bilanzanalyse

Literatur/Medien	<p>Bieg, H.: Buchführung, akt. Aufl., NWB, Herne Döring, U.; Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss, akt. Aufl., ESV, Berlin Deitermann, M.; Schmolke, S.: Industrielles Rechnungswesen, akt. Aufl., Winklers, Darmstadt von Känel, S.: Doppelte Buchführung, akt. Aufl., NWB, Herne • Meyer, Klaus: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, aktuelle Aufl., NWB, Herne/Berlin weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben</p>		
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	30.01.2019

Modul-Name	Internes Rechnungswesen			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Ingo Fricker	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B	MO3	5	150
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input checked="" type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	5	75	75

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M.Eng.	PM	2	SPO3/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	--
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: MO2 Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)	K90		
	Modulteilprüfung (MTP)			
Zusammensetzung der Endnote				

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> kennen und vertiefen die Kostentheorie des internen Rechnungswesens können methodisch betriebswirtschaftliche Vorgänge und Prozesse strukturieren, bewerten und beurteilen können kostenoptimale Entscheidungsvorlagen erarbeiten bzw. sind befähigt, solche Entscheidungen zu treffen kennen spezifische Methoden zur Lösung von kalkulatorischen Aufgabenstellungen in der Ingenieur-Praxis und beherrschen diese wissen um die Grenzen der Anwendbarkeit und Aussagegenauigkeit der Verfahren und sind in der Lage, die relevanten Erkenntnisse aus der Anwendung der Methoden und Verfahren abzuleiten sind in der Lage, neuartige Probleme durch Abstraktion und Übertragen von Lösungswissen zu lösen
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz 2 Methodenkompetenz 3 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Sonstiges:

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Kosten und Leistungsrechnung / Prof. Dr.-Ing. Ingo Fricker	V, Ü	2	2	<ul style="list-style-type: none"> Kostenartenrechnung Kostenstellenrechnung Kostenträgerrechnung Vollkostenrechnung, Teilkostenrechnung Target Costing

				<ul style="list-style-type: none"> • Prozesskostenrechnung • Qualitätskosten
Investitionsrechnung (1SWS) und Finanzierung (2SWS)/ Prof. Dr. Ingo Fricker/ Prof. Dr. Glaser	V, Ü	3	3	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der finanzwirtschaftlichen Investitionsbeurteilung • Klassische Ansätze der statischen und dynamischen Investitionsrechnung • Entscheidungstheoretische und kapitaltheoretische Ansätze der Investitionsrechnung unter Unsicherheit • • Grundlagen der Unternehmensfinanzierung und Klassifizierung der Instrumente • Instrumente der Außen- und Innenfinanzierung

Literatur/Medien	<p>Horsch, Jürgen; Kostenrechnung: Klassische und neue Methoden in der Unternehmenspraxis, 3. Auflage, Heidelberg, Springer Gabler, 2018.</p> <p>Coenenberg, Adolf; Fischer, Thomas; Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Schäffer Poeschel, Stuttgart, 2016.</p> <p>Eisele, Wolfgang; Knobloch, Alois; Technik des betrieblichen Rechnungswesens: Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen. 9. Aufl., München, Vahlen, 2018.</p> <p>Hoelscher, Reinhold; Investition, Finanzierung und Steuern, München, Oldenbourg, 2010</p> <p>Perridon, Louis; Steiner, Manfred; Rathgeber, Andreas; Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., München, Vahlen, 2016</p>		
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	07.03.2019

Modul-Nam e	Unternehmen und Märkte 1			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Richard Sobotta	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B	MO4	5	150
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input checked="" type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	5	75	75

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M. Eng.	PM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: MO6 Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: MO1

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)	K90		
	Modulteilprüfung (MTP)			
Zusammensetzung der Endnote	Note der Modulprüfung			

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen die Grundprinzipien und Abläufe in Investitionsgütermärkten • sind in der Lage die Grundlagen eines marktorientierten Investitionsgütermarketing anzuwenden • Die Studierenden haben die wesentlichen Ansätze, Denkweisen und Arbeitsmethoden der mitarbeiter-, markt- und rechtsorientierten Unternehmensführung verstanden • können Modelle erfolgreich auf Praxisanwendungen übertragen • kennen Grenzen der Modelle und Methoden und können abwägen und zielgerichtet auswählen • verstehen die gängigen Ansätze der Strategieforschung • haben ein Verständnis für die Relevanz von Zielen und Strategie für den Unternehmenserfolg • kennen die Herausforderungen bei der Führung von Unternehmen und fachbereichsübergreifender Strukturen • sind in der Lage, Unternehmensziele aus einer multidimensionalen Perspektive abzuleiten • verstehen die Erfordernisse und Herausforderungen ein Unternehmen durch ein kohärentes Zielsystem zu führen • können ein operatives Zielsystem aus den Anforderungen des Marktes und der internen Ressourcen ableiten
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz 3 Methodenkompetenz 2 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester

<input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Grundlagen des Investitions- gütermarketings/ Denis Ricci	V, Ü/Pj	3	3	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des Investitionsgütermarketings Marketingmanagement Einführung in die Marketinginstrumente: Preis-, Produkt-, Kommunikations- und Vertriebspolitik.
Unternehmensführung und Organisation/ Prof. Dr. Richard Sobotta	V, Ü	2	2	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen Ansätze zur Strategieforschung Strategische Planung Unternehmenszielsetzung

Literatur/Medien	<p>Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 10. Aufl., Gabler, Wiesbaden, 2008</p> <p>Kotler, P.; Armstrong, G.; Wong, V.; Saunders, J.: Principles of Marketing, Fifth European Edition, Essex UK, Pearson Education Limited, 2008</p> <p>Mohr, Sengupta, Slater: Marketing of High-Technology Products and Innovations, International Edition 3/E Pearson Education Limited, 2008</p> <p>Backhaus K., Voeth M.: Industriegütermarketing, 9. Aufl., Vahlen, München, 2009</p> <p>Schreyögg, G./Koch, J. (2007)</p> <p>Grundlagen des Managements, Gabler, Wiesbaden 2007 · Stock-Homburg: Personalmanagement, Gabler, Wiesbaden 2008</p> <p>Unternehmensführung und Organisation 1:</p> <p>Bea, F.X., Haas, J.: Strategisches Management, 9. Aufl., G. Fischer, Stuttgart/Jena, 2017</p> <p>Dillerup, Stoi: Unternehmensführung, 5. Aufl., Vahlen, München, 2016</p> <p>Hungenberg, H., Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung. 3. Aufl., Springer, Heidelberg, 2007</p> <p>Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategie, 10. Aufl., Campus, Frankfurt, 1999 · Rahn, H.J.: Unternehmensführung, 7. Aufl., NWB, Herne, 2008</p>		
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	28.03.2019

Modul-Nam e	Internationaler Vertrieb und Kulturmodelle			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Ingo Fricker	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input type="checkbox"/> A <input checked="" type="checkbox"/> B	MO5	6	180
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input checked="" type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	5	75	105

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M. Eng.	PM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	MO7
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: ... Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: ...

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)	S/R20		
	Modulteilprüfung (MTP)			
Zusammensetzung der Endnote	Note der Modulprüfung			

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden des Teilmoduls Internationaler Vertrieb</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen die Aufgaben eines Ingenieurs im Bereich des technischen Vertriebs verstehen wie wichtig sicheres und souveränes Auftreten beim Umgang mit Kunden ist wissen, dass der Vertriebsingenieur ein offener und ehrlicher Zuhörer, Berater und Partner des Kunden ist können dieses Wissen bei der Planung und der Durchführung eines Kundenerstkontakts anwenden <p>Für das Teilmodul Kulturmodelle und Interkulturelle Kompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> The course aims at preparing students for multicultural work situations by strengthening their ability to recognize, interpret and deal effectively with cultural differences in the context of diverse management situations. Students will understand the central preconditions for establishing positive and effective intercultural relations and will learn how to act in a cross cultural competent way. 		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz	2 Methodenkompetenz	3 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Rollenspiele		

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Internationaler Vertrieb/ Prof. Dr. Rainer Bühner	V, Ü, PJ	3	4	<ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung von ganzheitlichen Ansätzen beginnend vom Kundenbedarf über das Präsentieren der Firma und der Produkte beim Kunden bis hin zur Angebotsausarbeitung und Angebotsvorstellung beim Kunden und letztlich dem Vertrauen und damit dem Auftrag des Kunden. • Der Vertriebsingenieur ist dabei Ansprechpartner des Kunden von der Planung über den Einsatz des Produktes und somit über den gesamten Lebenszyklus. • Diese Vertriebschritte sind Inhalt der Vorlesung und werden in Seminararbeiten seitens der Studierenden vorbereitet und in Rollenspielen eingeübt. • Aufbau und Inhalt von Angeboten sowie Verhandlungstechniken.
Kulturmodelle und interkulturelle Kompetenz/ Dr. Stefan Thelen	V,Ü	2	2	Students reflect upon and learn about their own and other people's cultural orientation systems (e.g. behavioral standards, norms, values, prejudices, stereotypes). The course offers a mix of cognitive and experimental learning opportunities: Cross cultural communication and conflict topics are analyzed using case studies and combined with knowledge transfer via active negotiation techniques and regional study situations e.g. from the Arabic and Latin-American background. Simulation exercises and role plays offer opportunities for personal experiences in intercultural conflict situations. Assessment of this course will be based on a presentation of selected cross cultural case studies.

Literatur/Medien	<p>Preußners, D.: Sicheres Auftreten für Ingenieure im Vertrieb, Gabler, Wiesbaden, 2006</p> <p>Rentzsch, H.: Kundenorientiert verkaufen im technischen Vertrieb, 4. Aufl., Gabler, Wiesbaden, 2008</p> <p>Hüffmann, P.: Der Vertriebsingenieur, VDE, Offenbach, 2001</p> <p>Kleinaltenkamp, M.; Saab, S. : Technischer Vertrieb: eine praxisorientierte Einführung in das Business-to-Business (VDI), Springer, Berlin, 2009</p> <p>French, R. (2007) Cross-Cultural Management in Work Organisations. London: CIPD.</p> <p>House, R. J. et al. (2004). Culture, leadership and organizations. The GLOBE study of 62 societies. Sage Publications inc</p> <p>Hickson, D.J. and D. Pugh (2001) Management Worldwide. Distinctive Styles amid Globalization. London: Penguin. Second edition.</p> <p>Hofstede, G. (1991) Cultures and Organizations: Software of the Mind. London: McGraw-Hill International. Published in Paperback in 1994 by HarperCollinsBusiness</p> <p>Trompenaars, F. and C. Hampden-Turner (1997) Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Business. London: Nicolas Brealey Publishing.</p> <p>Gudykunst, W.B. (1998) Bridging Differences. Effective Intergroup Communication. Third Edition. Interpersonal Commtxts 3. London, UK: Sage Publications.</p> <p>Hall, E. (1976/1981) Beyond Culture. New York: Anchor Books</p> <p>Spencer-Oatey, H. (ed.) (2000) Culturally Speaking. Managing Rapport Through Talk across Cultures. London: Continuum.</p> <p>Canney -Davison, S. and K. Ward (1999) Leading International Teams. London, UK: McGraw-Hill.</p> <p>McDermott, L.C., N. Brawley & W.W. Waite, (1998) World-Class Teams. Working Across Borders. New York: John Wiley & Sons, Inc.</p>
-------------------------	---

	<p>Adler, N. (1997) International Dimensions of Organizational Behavior. Third Edition. Ohio, USA: South-Western College Publishing.</p> <p>Marx, E. (1999) Breaking through culture shock: what you need to succeed in international business. London: Nicholas Brealey Publishing Limited.</p> <p>Mead, R. 1998. International Management: cross-cultural dimensions. Oxford, UK: Blackwell Publishers. Second edition.</p> <p>Schneider, S.C. and J. L. Barsoux. 1997. Managing across cultures. London: Prentice Hall.</p> <p>Smith, P. and H. Bond (1998) Social Psychology Across Cultures. Second edition. Hemel Hempstead: Prentice Hall Europe</p> <p>Thomas, D.C. (2002) Essentials of International Management. A Cross-Cultural Perspective. London: Sage Publications.</p>		
Sprache	Deutsch/ Englisch	Zuletzt aktualisiert	30.01.2019

Modul-Name	Unternehmen und Märkte 2			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Richard Sobotta	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input type="checkbox"/> A <input checked="" type="checkbox"/> B	MO6	6	180
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input checked="" type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	6	90	90

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M. Eng.	PM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	Allgemeine Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre sowie Grundlagen in den Bereichen Management, Organisation und Marketing: MO1: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre MO4: Grundlagen des Investitionsgüter-Marketings sowie Unternehmensführung und Orga- nisation 1
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Modul des fortgeschrittenen Studienabschnittes sind Vorkenntnisse aus früheren Stu- dienabschnitten erforderlich. Sinnvoll zu kombinieren sind die Inhalte mit ausgewählten Lehrveranstaltungen aus dem MO10 Wahlpflichtmodul Wirtschaft sowie dem MO12 integra- tives Projekt / Masterarbeit.

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)	K90		
	Moduleilprüfung (MTP)			
Zusammensetzung der Endnote	Note der Modulprüfung			

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	<p>Fachkompetenz Die Studierenden kennen die Grundlagen und Methoden zur marktorientierten Innovations- entwicklungen in einem globalisierten Marktumfeld sowie die speziellen Dynamiken von Technologie-bzw. High-Tech-Märkten. Die Studierenden kennen und verstehen die we- sentlichen Gestaltungsfragen für die Umsetzung kundenzentrierter Innovation zur Kom- merzialisierung von Technologie mit dem Ziel, Kunden- und / oder Anbietervorteile zu er- reichen</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden wenden die Methoden und Verfahrensweisen des Innovationsmarketings, der Organisation und Unternehmensführung auf Problemstellungen realer Unternehmens- kontexte sachgerecht an. Die Studierenden besitzen die Fähigkeit zur Analyse unternehme- rischer Fragestellungen in dem relevanten Kontext, können die darunterliegenden Problem- stellungen adäquat strukturieren und daraus marketing- und unternehmensstrategische Gestaltungsoptionen ableiten, die sie auf den jeweiligen Anwendungsbereich übertragen können.</p> <p>Sozialkompetenz Die Studierenden besitzen die Fähigkeit zur angemessenen Präsentation und zur Interpre- tation und zur kritischen Diskussion marketing- und unternehmensstrategischer Fragestel- lungen. Die Studierenden können mit Hilfe methodischer Werkzeuge wie beispielsweise De- sign Thinking konkrete Innovationsfragen in Workshops adressieren und in Gruppen bear- beiten.</p>
--	--

	<p>Selbstkompetenz Die Studierenden können publizierte empirische Studien und ihre Ergebnisse kritisch diskutieren. Die Studierenden besitzen einen problembewussten Umgang mit der multidimensionalen Natur marketing- und unternehmensstrategischer Fragestellungen. Sie können für deren Bearbeitung in adäquater Weise sowohl quantitative wie qualitative Information auswerten.</p>
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz 2 Methodenkompetenz 3 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Sonstiges: -----

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Innovation Marketing Prof. Dr. Guido H. Baltes	V, Ü, W	4	4	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction to the course, relevance of marketing • Human's natural programs underlying marketing methods, interaction aspect of marketing • Strategy aspects of marketing, role of the business model • Why marketing for innovation and high tech is different, adoption and diffusion of innovation • Better to be pioneer or follower? The role of timing in marketing strategies • Impact of globalization and accelerated rates of innovation on marketing strategies • Business Models I – Marketing for product business, marketing for system business • Business Models II – Marketing for engineering & construction, Marketing for service business • Role of branding as a part of the product / service • Marketing for digital products and services
Unternehmensführung und Organisation 2/ Prof. Dr. Richard Sobotta	V, Ü/Pj	2	2	<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Ausrichtung des Unternehmens unter Berücksichtigung externer und interner Faktoren und unter Anwendung unterschiedlicher Managementkonzepte • Umsetzung von Strategie in das Tagesgeschäft • Controlling der Strategieumsetzung und Zielerreichung

Literatur/Medien	<p>Innovation Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schilling, Melissa: Strategic Management of Technological Innovation, McGraw-Hill • Corsi, Patrick / Dulieu, Mike: The Marketing of Technology Intensive Products and Services, Wiley • Rao, P.M./ Klein, Joseph A.: Strategies for High-Tech Firms, Routledge • Viardot, Eric: Successful Marketing Strategies for High-Tech Firms, Artech • Mohr, Jakki J. / Sengupta, Sanjit / Slater, Stanley: Marketing Of High-Technology Products And Innovations, Pearson • Trommsdorff, Volker & Steinhoff, Fee: Innovationsmarketing, Vahlen • Hofbauer, Körner, Nikolaus, Poost: Marketing von Innovationen: Strategien und Mechanismen zur Durchsetzung von Innovationen, Kohlhammer • Reader „Innovation Marketing“: Relevante Journal-Artikel zum Selbststudium und Vertiefen sowie unterstützende Lernfragen-Kataloge für die Lernkontrolle, und unterstützende englische sowie deutsche Video PodCasts stehen zu den Vorlesungsmodulen über eLearning zur Verfügung <p>Unternehmensführung und Organisation 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bea, F.X., Haas, J.: Strategisches Management, 9. Aufl., G. Fischer, Stuttgart/Jena, 2017
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Dillerup, Stoi: Unternehmensführung, 5. Aufl., Vahlen, München, 2016 • Hungenberg, H., Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung. 3. Aufl., Springer, Heidelberg, 2007 • Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategie, 10. Aufl., Campus, Frankfurt, 1999 • Rahn, H.J.: Unternehmensführung, 7. Aufl., NWB, Herne, 2008 • Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, 8. Aufl., Campus, Frankfurt, 2011 • U.,/Frey, U./Halter, F.: Strategisches Management für Klein- und Mittelunternehmen – eine praxisorientierte Anleitung, KMU, St. Gallen–CH, 2003 • Hinterhuber, H.: Strategische Unternehmensführung II, Strategisches Handeln, 7. Aufl., WdG, Berlin, 2004 • Hungenberg, H., Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung. 3. Aufl., Springer, Heidelberg, • Rahn, H.J.: Unternehmensführung, 7. Aufl., NWB, Herne, 2008 • Welge, M.K. / Al-Lahm, A.: Strategisches Management: Grundlagen – Prozess – Implementierung, 4. Aufl., Gabler, Wiesbaden, 2003 • Staehle, W.: Management, 8. Aufl., Vahlen, München, 1999 • Steinmann, H. / Schreyögg, G.: Management: Grundlagen der Unternehmensführung, 6. Aufl., Gabler, Wiesbaden, 2005 • Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit. Eine unternehmerische Führungslehre, 9. Aufl., Luchterhand, München, 2011 		
Sprache	Deutsch / Englisch	Zuletzt aktualisiert	28.03.2019

Modul-Name	Kommunikation im internationalen Vertrieb			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Ingo Fricker	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B	MO7	5	150
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input checked="" type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	4	60	90

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M. Eng.	PM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: MO5 Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: ...

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)	R20		
	Modulteilprüfung (MTP)			
Zusammensetzung der Endnote	Note der Modulprüfung			

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen grundlegende Theorien aus den Bereichen Kommunikation, Organisations-psychologie und -soziologie. haben Einblicke gewonnen in die Komplexität und Vielfältigkeit von Kommunikation, besonders aus dem Themenbereich Personal, Organisation und Mitarbeiterführung. entwickeln ein Gespür für organisationspsychologische Fragenstellungen und Methoden. werden befähigt zu verstehen, zu erwerben, zu erfassen, zu beurteilen, zu erproben. haben Erfahrung mit Verunsicherung vor kulturellem Hintergrund. können Aufschluss geben über Kulturstandards, Hot Spots und Rich Points. kennen sich mit den organisationspezifischen Unterschieden im internationalen Kontext aus und können Ansätze zu deren Handhabung geben.
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz 2 Methodenkompetenz 3 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Sonstiges: -----

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt

1-Grundlegenden Theorien der Kommunikation, Organisationspsychologie und -soziologie/ Andreas Maucher	V, Ü	2	2	<ul style="list-style-type: none"> • Soziale Gruppe und Gruppen in Organisationen, Kommunikation und Wahrnehmung • Das Bild von Anderen-Sympathien und Ablehnung • Mit dem Mitarbeiter sprechen-welche Faktoren wirken auf ein Gespräch • Non-direktive Gesprächsführung und partnerzentrierte Kommunikation • persuasive Kommunikation (Voraussetzung für die Einstellungsänderung, Steuerungs- & Manipulationstechniken) • Kollektives Selbstverständnis und kollektive Symbolisierung (Mentalität und Kommunikation)
2-Rhetorik und Konfliktmanagement im internationalen Kontext/ Andreas Maucher	V,Ü	2	3	<ul style="list-style-type: none"> • Konflikt, Mobbing • Konfliktaustragung & Konfliktgesprächsmodell • Personalentwicklung und Teamdesign • interkulturelle Kommunikation • Organisationsentwicklung und Change Management • Führungsstil und Kommunikation • Kommunikation in der Führungsorganisation und als Führungsmittel • Was zeichnet eine erfolgreiche Führungskraft aus • Motivationslehre und Herzbergs Zwei-Faktoren-Theorie, Arbeitszufriedenheit

Literatur/Medien	<p>Arasse, Daniel, Die Guillotine. Die Macht der Maschine und das Schauspiel der Gerechtigkeit, Reinbek b. Hmbg. (Rowohlt Verl.) 1988</p> <p>Bahrtdt, Hans Paul, Schlüsselbegriffe der Soziologie. Eine Einführung mit Lehrbeispielen, München (C. H. Beck) 1994</p> <p>Barthes, Roland, Mythen des Alltags, Frankfurt a. M. (Suhrkamp Verl.) 1976</p> <p>Bonfadelli, Heinz, Medienwirkungsforschung I: Grundlagen und theoretische Perspektiven, Konstanz (UVK) ,2004</p> <p>Crisand, Ekkehard, Marcel Crisand, Psychologie der Gesprächsführung. Arbeitshefte Führungspsychologie Band 11, Heidelberg (Sauer Verl.) 1997</p> <p>Crisand, Ekkehard, Petra Reinhard, Methodik der Konfliktlösung. Eine Handlungsanleitung mit Fall-beispielen, Heidelberg (Sauer) 1995</p> <p>Endrueit, Günter, Organisationssoziologie, Stuttgart (Lucius & Lucius) 2004</p> <p>Frese, Herbert, Mitarbeiterführung, Würzburg (Vogel) 1980</p> <p>Frey, Dieter, Siegfried Greif, Sozialpsychologie. Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen, Weinheim (Psychologie-Verl.-Union), 1994</p> <p>Gebert, Diether, Lutz von Rosenstiel, Organisationspsychologie. Person und Organisation, Stuttgart, Berlin, Köln (Kohlhammer) 1989</p> <p>Gries, Rainer, Volker Ilgen, Dirk Schindelbeck, „Ins Gehirn der Masse kriechen!“. Werbung und Mentalitätsgeschichte, Darmstadt (Wiss. Buchges.) 1995</p> <p>Hentze, Joachim, Andreas Kammel, Klaus Lindert, Personalführungslehre. Grundlagen, Funktionen und Modelle der Führung, Bern, Stuttgart, Wien (Verl. Paul Haupt) 1997</p> <p>Heringer, Hans Jürgen, Interkulturelle Kommunikation, Tübingen, Basel (A. Francke Verl.) 2004</p> <p>Institut Mensch und Arbeit, Hg., Karl Berkel, Oswald Neuberger, Robert Pfützner, Mit dem Mitarbeiter sprechen. Gespräche mit Führungskräften und Spezialisten, München (Institut Mensch und Arbeit) 1989</p> <p>Knebel, Heinz, Ernst Zander, Führungslehre für Ingenieure und Techniker, Heidelberg (Sauer Verl.) 1985</p> <p>Oechsler, Walter A., Personal und Arbeit. Einführung in die Personalwirtschaft unter Einbeziehung des Arbeitsrechts, München, Wien (Oldenbourg Verl.) 1994</p> <p>Reimann, Horst, Hrsg., Basale Soziologie: Hauptprobleme, Opladen (Westdeutscher Verl.) 41991</p>
-------------------------	---

	Rosenstiel, Lutz von, Walter Molt, Bruno Rüttinger, Organisationspsychologie, Grundriss der Psychologie Bd. 22, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz (Kohlhammer, Urban) 2005 Sennett, Richard, Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus, Berlin (Berlin Verl.) 1998 Stroebe, Wolfgang, Miles Hewstone, Jean-Paul Codol, Geoffrey M. Stephenson Hrsg., Sozialpsy-chologie. Eine Einführung, Berlin, Heidelberg, New York (Springer) 1992 Weinert, Ansfried B., Lehrbuch der Organisationspsychologie. Menschliches Verhalten in Organisationen, München, Wien, Baltimore (Urban und Schwarzenberg) 1987		
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	30.01.2019

Modul-Name	Sprachen			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Sharon Zaharka	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input checked="" type="checkbox"/> A <input checked="" type="checkbox"/> B	MO8	6	180
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input type="checkbox"/> 1 <input checked="" type="checkbox"/> 2	6	90	90

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M. Eng.	PM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: ... Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: ...

Prüfungsleistungen	Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)		
	Modulteilprüfung (MTP)	M20 (1) M20/X falls nicht Spa- nisch A1	
Zusammensetzung der Endnote	siehe SPO MMS§43 (1 1) „Berechnung der Modulnote erfolgt proportional zur An-zahl der ECTS-Punkte der zugehörigen Lehrveranstaltungen		

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> sind in der Lage, schriftlich und mündlich mit unterschiedlichem Anforderungsprofil in der jeweiligen Fremdsprache zu kommunizieren. erlangen Stufe B2 des Europäischen Referenzrahmens für Fremdsprachen als Kompetenzbeschreibung und Qualifikationsziel der ersten Fremdsprache auf Verhandlungsniveau. Die zweite Fremdsprache- Grundniveau entspricht der Stufe A1 des Europäischen Referenzrahmens für Fremdsprachen. Beide Stufen sind Mindestanforderungen
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz 2 Methodenkompetenz 3 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
1-Erste Fremdsprache mind. B2 im Semester A/ Sprachdozenten der Hochschule/Jim Paul für Englisch	V	4	4	Fremdsprache 1: Wirtschaftsenglisch auf B2-Niveau unter Betonung der Verhandlungssicherheit in technischem und wirtschaftlichem Vokabular; Anwendungsbeispiele über Vorstellungen, Smalltalk, Besprechungen, Telefongespräche, Verhandlungen
2-Zweite Fremdsprache mind. A1 im Semester B/ Sprachdozenten der Hochschule/ Marinela De La Rosa für Spanisch	V	2	2	Fremdsprache 2: Spanisch oder ggf. weitere Fremdsprache aus dem Fächerangebot der Hochschule

Literatur/Medien	Thomas, A.: Business Goals 2, 4. Aufl., Cambridge University Press, Cambridge-UK, 2009 Mascull, B.: The Collins Co build Key Words in Business, Collins, Glasgow-UK, 1996 Business Spotlight Magazine Con Gusto A1, Lehr- und Arbeitsbuch Spanisch für Anfänger, Klett, Stuttgart, 2009 Vorlesungsunterlagen, Sprachbücher aus der Bibliothek der Hochschule, sowie das Tellmemore E-Learning Programm der Hochschule		
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	30.01.2019

Modul-Name	Projektmanagement im internationalen Vertrieb			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor-kload) (h)
Prof. Dr. Dietmar Ihlenburg	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input type="checkbox"/> A <input checked="" type="checkbox"/> B	MO9	5	150
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input checked="" type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	6	90	60

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS, ASE, MME, MWI	M. Eng.	PM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Voraussetzung	
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: ... Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: ...

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)	S/R		
	Modulteilprüfung (MTP)		S	
Zusammensetzung der Endnote	Note der Modulprüfung			

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> haben sich Kompetenz zur erfolgreichen Planung und Durchführung von Innovationsprojekten im internationalen Kontext erarbeitet besitzen die Fähigkeit zur Entwicklung erfolgreicher Produkte von der ersten Idee bis zum im Markt platzierten Produkt unter Anwendung einer systematischen Vorgehensweise bei gleichzeitiger Einbindung von sachlicher und soziokultureller Ebene haben tiefe Kenntnisse der technischen als auch wirtschaftlichen Erfolgsfaktoren erlangt kennen die Anforderungen und Möglichkeiten der Ausrichtung eines Unternehmens entlang der Marktbedürfnisse bei gleichzeitigem Abgleich von Technologie- und Innovationsmöglichkeiten. sind in der Lage als Vermittler zwischen Kunden und unternehmensinternen Funktionen aufzutreten. können als Problemlöser mit vertrieblicher Ausrichtung in einem internationalen Umfeld agieren 		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz	2 Methodenkompetenz	2 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Sonstiges:		

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
1-Theoretische Grundlagen des Projektmanagements und Fallstudien/ Prof. Dr. Carsten Manz	V,Ü	2	2	<ul style="list-style-type: none"> • Projektdefinition • Anforderungsmanagement • Projektbewertung • Phasenstrukturierung • Meilensteindefinition • Projektorganisation • Projektplanung • Projektüberwachung • Projektabschluss • gesonderte Betrachtung von Veränderungsprojekten
2-Technologie- und Innovationsmanagement/ Prof. Dr. Dietmar Ihlenburg	V, Ü/Pj	4	3	<ul style="list-style-type: none"> • Technologieentwicklung • Technologielebenszyklus • Technologiestrategie • Technologiebewertung • Methoden des Innovationsmanagements • Management von IP (Schutzrechte...) • Management von Kooperationen in F&E • Situativ: Aufgabenstellung aus einem ausgewählten Unternehmen; Erarbeitung einer Lösung in Teamarbeit

Literatur/Medien	<p>Strebel, H.: Innovations- und Technologiemanagement, 2. Aufl., WUV, Wien, 2007 G. Schuh, S. Klappert (Hrsg.), Technologiemanagement, 2. Aufl., Springer, Heidelberg, 2011•Specht, G.; Beckmann, C.; Melingmeyer, J.: F&E-Management, 2.Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2002 Michel, L. M.; Manz, C.; (Hrsg.): Management von Kooperationen im Bereich Forschung und Entwicklung, Konstanzer Managementschriften, Konstanz, 2009•Gerpott, T. J.: Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement, 2. Aufl., Schäffer –Poeschel, Stuttgart, 2005 Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBok Guide), Project Management Institute, 2008</p>		
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	30.01.2019

Modul-Name	Wahlpflichtmodul Wirtschaft			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Ingo Fricker	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input checked="" type="checkbox"/> A <input checked="" type="checkbox"/> B	MO10	6	180
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input type="checkbox"/> 1 <input checked="" type="checkbox"/> 2	6	90	90

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M. Eng.	WPM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: ... Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: ...

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)			
	Modulteilprüfung (MTP)	Je nach gewählter Veranstaltung		
Zusammensetzung der Endnote	siehe SPO MMS §43 (11) „Berechnung der Modulnote erfolgt proportional zur Anzahl der ECTS-Punkte der zugehörigen Lehrveranstaltungen“			

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierende werden befähigt verschiedene Themen aus dem betriebswirtschaftlichen Bereich zu beschreiben, zu verstehen und zu beurteilen. Die betriebswirtschaftliche Vertiefung unterstützt dabei insbesondere die Profilschärfung „International Sales“.		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz	3 Methodenkompetenz	2 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: je nach gewählter Veranstaltung		

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Lehrende der HTWG		3	3	Schwerpunkte zur Stärkung von kaufmännischen und managementorientierten Kenntnissen aus Lehrinhalten betriebswirtschaftlich ausgerichteter Masterstudiengänge. Siehe Modulfachkataloge. Beispiele: <ul style="list-style-type: none"> • Supply Chain Management • Strategisch Einkaufen • IoX Open Innovation + Startup (Entrepreneurship) • Strategisches Innovationsmanagement • Smart Factory –Industrie 4.0 in der Praxis • International Value Creation – Global Footprint Redesign • weitere wirtschaftswissenschaftliche Fächer des HTWG-Angebots (Freigabe durch Studiendekan)

--	--	--	--	--

Literatur/Medien	Bekanntgabe zu Vorlesungsbeginn durch die Lehrenden.			
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	30.01.2019	

Modul-Name	Wahlpflichtmodul Technik			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Ingo Fricker	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input checked="" type="checkbox"/> A <input checked="" type="checkbox"/> B	MO11	6	180
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input type="checkbox"/> 1 <input checked="" type="checkbox"/> 2	6	90	90

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M. Eng.	WPM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: ... Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: ...

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)			
	Modulteilprüfung (MTP)	Je nach gewählter Veranstaltung		
Zusammensetzung der Endnote	siehe SPO MMS §43 (11) „Berechnung der Modulnote erfolgt proportional zur Anzahl der ECTS-Punkte der zugehörigen Lehrveranstaltungen“			

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierende werden befähigt verschiedene Themen aus dem technischen Bereich zu beschreiben, zu verstehen und zu beurteilen. Die technische Vertiefung unterstützt dabei insbesondere die Profilschärfung „International Sales“.			
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz	3 Methodenkompetenz	2 Sozial-/Selbstkompetenz	
Lehr- und Lernformen	<input type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: je nach gewählter Veranstaltung			

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Lehrende der HTWG		3	3	Schwerpunkte verschiedener technischer Fachrichtungen, die zum Teil Bestandteil technischer Masterstudiengänge sind. Siehe Modulfachkataloge Beispiele: <ul style="list-style-type: none"> • Systems Engineering • System Dynamik

				<ul style="list-style-type: none"> • Produktionsnetzwerke • Lean Production • Fabrikplanung- Anlagenprojektierung • Karosserietechnik/Getriebetechnik/Schienefahrzeug-technik • Aktive und passive Sicherheit und Fahrerassistenzsysteme • R&D Management • Raumfahrttechnik • weitere ingenieurwissenschaftliche Fächer des HTWG-Angebots (Freigabe durch Studiendekan)

Literatur/Medien	Bekanntgabe zu Vorlesungsbeginn durch die Lehrenden.		
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	30.01.2019

Modul-Namen	Integratives Projekt			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Ingo Fricker	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input checked="" type="checkbox"/> A <input checked="" type="checkbox"/> B	MO12	8	240
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input type="checkbox"/> 1 <input checked="" type="checkbox"/> 2	0	0	240

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M. Eng.	PM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: ... Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: ...

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)	S		
	Modulteilprüfung (MTP)			
Zusammensetzung der Endnote	Note der Modulprüfung			

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • bearbeiten das Projekt im Team oder einzeln • lösen komplexe Probleme in kurzer Zeit • sind in der Lage, fachübergreifend Wissen in einen Zusammenhang zu bringen. • Übertragen erlerntes Wissen auf technische und betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen und leiten Lösungen ab • arbeiten in methodisch strukturiert in Form aus. • arbeiten, wenn erforderlich, fachübergreifend. • bereiten Ausarbeitung klar, verdichtet und stringent in einem Bericht auf. 		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	2 Fachkompetenz	1 Methodenkompetenz	3 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Projektarbeit		

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Lehrende der HTWG				Keine Betreuung mindestens entsprechend SPO MMS § 43 (14)

Literatur/Medien	Je nach Inhalt der Arbeit. Recherche und Aufbereitung der Literatur ist eine wesentliche Pflicht des Studenten / der Studentin im Rahmen der Analyse der Aufgabenstellung und Erarbeitung einer Vorgehensweise / Lösungshypothese.		
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	30.01.2019

Modul-Name	Masterarbeit			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Ingo Fricker	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C		20	600
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input checked="" type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	0	0	600

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M. Eng.	PM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	gemäß SPOMa §23 Abs. 1
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: ... Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: ...

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)	S		
	Modulteilprüfung (MTP)			
Zusammensetzung der Endnote	S-Note, siehe SPO MMS §43 (14) und SPOMa § 23			

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> haben mit der Masterarbeit die Fähigkeit nachgewiesen, dass sie innerhalb einer Frist von vier Monaten eine komplexe Aufgabenstellung aus dem Bereich Mechanical Engineering and International Sales Management selbständig nach wissenschaftlichen Methoden bearbeiten können. sind in der Lage komplexe Probleme exakt zu erfassen. können systematische Lösungen erarbeiten. nutzen Modelle, Methoden und Vorgehensweisen. planen und führen Arbeitsschritte selbstständig aus. reflektieren kritisch ihre Ergebnisse. sind in der Lage weitere Handlungsbedarfe aus Ihren Ergebnissen abzuleiten. Die Masterarbeit wird durch zwei Prüfer bewertet.		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz	2 Methodenkompetenz	3 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Sonstiges:		

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt

Literatur/Medien	Je nach Inhalt der Arbeit. Recherche und Aufbereitung der Literatur ist eine wesentliche Pflicht des Studenten / der Studentin im Rahmen der Analyse der Aufgabenstellung und Erarbeitung einer Vorgehensweise / Lösungshypothese.		
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	30.01.2019

Modul-Name	Mündliche Masterprüfung			
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand (Wor- kload) (h)
Prof. Dr. Ingo Fricker	<input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SS <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C		2	60
	Dauer (Semester)	SWS	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
	<input checked="" type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	0	0	60

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
MMS	M. Eng.	PM		12/2013

Inhaltliche Teilnahme-Vo- raussetzung	gemäß SPOMa §24
Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: ... Sinnvoll zu kombinieren mit Modul: ...

Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)	M45		
	Modulteilprüfung (MTP)			
Zusammensetzung der Endnote	M45-Note, siehe auch SPO MMS § 43 (14) und SPOMa § 24			

Lern-/ Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • weisen mit der mündlichen Masterprüfung ihre Fähigkeit nach, das in einzelnen Modulen erworbene Wissen zusammenzuführen, als Ganzes zu betrachten und zu präsentieren. • können dabei technisch / wirtschaftlich / organisatorisch komplexe Sachverhalte strukturiert aufbereiten sowie anschaulich und gegliedert präsentieren. • sind in der Lage, Zusammenhänge verständlich zu illustrieren und so zu kommunizieren, dass ein Verständnis der Zuhörer sichergestellt ist. • können auf Rückfragen souverän, sicher und kompetent antworten. • sind in der Lage, Sachverhalte zu verknüpfen und zu hinterfragen. • behalten stets eine kritische Distanz zu eigenen Ergebnissen und Sachverhalten im Allgemeinen. 		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	1 Fachkompetenz	1 Methodenkompetenz	2 Sozial-/Selbstkompetenz
Lehr- und Lernformen	<input type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> Integriertes Praxissemester <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Sonstiges:		

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt

Literatur/Medien			
Sprache	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	30.01.2019