



Modulhandbuch

des Masterstudiengangs

Innovations- und Technologiemanagement



Version 2.0 vom 09.07.2015

Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeine Bemerkungen	5
1.1 Modularisierung und Studierbarkeit des Studiums	5
1.1 Lehrpersonal	5
1.1.1 Autoren	5
1.1.2 Dozenten und Prüfer	5
1.1.3 Tutoren	6
1.2 Lehrformen	6
1.2.1 Fernstudium	6
1.2.3 Virtuelle Labore	7
1.3 Leistungsnachweise	7
1.3 Kompetenzen im Fern- und Onlinestudium	7
2. Studienbereich Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen	10
Wirtschaft und Organisation	10
Quantitative Methoden	12
Managementtechniken und Projektmanagement	14
Finanzwirtschaftliche Entscheidungsgrundlagen	16
Unternehmensführung	18
3. Studienbereich Schlüsselkompetenzen (Innovations-, Technologie- und Qualitätsmanagement, Methoden wissenschaftlichen Arbeitens)	20
Innovationsmanagement	20
Technologiemanagement	22
Qualitätsmanagement	24
Methoden wissenschaftlichen Arbeitens	26
4. Studienbereich wissenschaftliche Spezialisierung (Schwerpunkt Qualitätsmanagement)	28
Produkt- und Life-Cycle-Management	28
Prozessmanagement	30
Lean Six Sigma	32
5. Studienbereich wissenschaftliche Spezialisierung (Schwerpunkt Technologiemanagement)	34
F&E-Management	34
Technologiebasierte Unternehmensgründung	36
Patentstrategien und –recht	38
6. Studienbereich wissenschaftliche Spezialisierung (Schwerpunkt Innovationsmanagement)	40
Markt- und Projektmanagement	40
Management von Innovationsideen	42
Innovationsstrategien	44
7. Studienbereich wissenschaftliche Spezialisierung (Schwerpunkt Entrepreneurship)	46
Entrepreneurship	46
Technologiebasierte Unternehmensgründung	48
New Venture Management	49
8. Module mit wissenschaftlicher Anwendungsorientierung	51
Vertiefung Produkt- und Life-Cycle-Management	51
Vertiefung Prozessmanagement	53
Vertiefung Lean Six Sigma	55
Vertiefung F&E-Management	57
Vertiefung Technologiebasierte Unternehmensgründung	59
Vertiefung Patentstrategien und –recht	61
Vertiefung Markt- und Projektmanagement	63
Vertiefung Management von Innovationsideen	65
Vertiefung Innovationsstrategien	67

Vertiefung Entrepreneurship.....	69
Vertiefung New Venture Development	70
Projektarbeit.....	72
Master Thesis inkl. Kolloquium	74

Modulhandbuch

Dieses Modulhandbuch enthält die Beschreibungen zu den im Masterstudiengang Innovations- und Technologiemanagement verwendeten Modulen. Der Studiengang des Fachbereichs Wirtschaftsingenieurwesen und Technologiemanagement hat 2009 den Studienbetrieb aufgenommen. Für diesen Studiengang gelten die Allgemeinen Bestimmungen für Prüfungsordnungen der Wilhelm Büchner Hochschule, in denen eine Modularisierung der Studiengänge vorgesehen ist. Dieses Modulhandbuch wird regelmäßig aktualisiert. Die nachfolgende Tabelle enthält die Struktur des Studiengangs sowie die enthaltenen Module mit ihren ECTS-Leistungspunkten (CP).

Studienbereich	CP
Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen	30
Unternehmensführung	6
Finanzwirtschaftliche Entscheidungsgrundlagen	6
Managementtechniken und Projektmanagement	6
Quantitative Methoden	6
Grundlagen Wirtschaft und Organisation	6
Schlüsselkompetenzen	22
Innovationsmanagement	6
Technologiemanagement	6
Qualitätsmanagement	6
Methoden wissenschaftlichen Arbeitens	4
Wissenschaftliche Spezialisierung (Wahlbereich 1 von 3)	18
Schwerpunktbereich Innovationsmanagement (Module 1 bis 3)	
Innovationsstrategien	6
Management von Innovationsideen	6
Markt- und Projektmanagement	6
Schwerpunktbereich Technologiemanagement (Module 1 bis 3)	
F&E-Management	6
Patentstrategien und –recht	6
Technologiebasierte Unternehmensgründung	6
Schwerpunktbereich Qualitätsmanagement (Module 1 bis 3)	
Produkt- und Life-Cycle-Management	6
Prozessmanagement	6
Lean Six Sigma	6
Schwerpunktbereich Entrepreneurship (Module 1 bis 3)	
Entrepreneurship	6
Technologiebasierte Unternehmensgründung	6
New Venture Management	6
Wissenschaftliche Anwendungsorientierung	50
Projektstudium	20
<ul style="list-style-type: none"> • Projektarbeit • Vertiefung Schwerpunktmodul* • Vertiefung Schwerpunktmodul* 	8 6 6
Masterarbeit inkl. Kolloquium	30

*) In 2 von 3 Schwerpunktmulden ist eine wissenschaftliche Hausarbeit zu verfassen.

1. Allgemeine Bemerkungen

1.1 Modularisierung und Studierbarkeit des Studiums

Die geschätzte Arbeitszeit, die ein Normalstudierender an einer Präsenzhochschule zum Studium und zur Durchführung der Prüfungen maximal aufbringen muss, wird im ECTS-System nach Leistungspunkten gemessen. Man geht in Deutschland davon aus, dass ein Studierender einer Präsenzhochschule, der im Normalfall direkt nach der Schulausbildung das Studium beginnt und keine oder nur geringe berufliche Erfahrung hat, maximal 30 Stunden zum Studium eines Leistungspunktes benötigt.

Die Studierenden der Wilhelm Büchner Hochschule besitzen in der Regel bereits zu Studienbeginn eine mehrjährige einschlägige Berufserfahrung auch über die berufliche Erstausbildung hinaus. Da sie auch während des Fernstudiums in der Regel einschlägig beruflich tätig bleiben, erfolgt eine enge Verzahnung zwischen der beruflichen Praxis und der Lehre (berufsintegriertes Lernen). Wir gehen davon aus, dass unser Normalstudierender daher neben und zusätzlich zur Arbeitszeit erheblich weniger Stunden zum Studium eines Leistungspunktes aufbringen muss. Erfahrungsgemäß kann das zu einer Reduzierung von bis zu 50 % führen. In der Regel kann man durch den Effekt des berufsintegrierten Lernens davon ausgehen, dass ein einschlägig Berufstätiger ca. 25 % bis 30 % weniger Zeit für das Studium aufbringen muss.

1.2 Hinweise zu den Modulbeschreibungen

Die einzelnen Modulbeschreibungen enthalten jeweils einen Hinweis auf die Modulverantwortung. Die inhaltliche und qualitative Verantwortung für die Lehre an der Wilhelm Büchner Hochschule wird sowohl durch hauptberufliche Professoren als auch durch Lehrbeauftragte mit Modulverantwortung getragen. Letztere sind Mitglieder der Hochschule und hauptberuflichen Professoren in den Qualifikationserfordernissen gleichgestellt. Die Lehrbeauftragten mit Modulverantwortung sind in der Regel in der Hochschullehre erfahrene Professoren oder berufungsfähige Akademiker und erfüllen die Einstellungs Voraussetzungen nach §62 des Hessischen Hochschulgesetzes. Die Rollen, die im Zusammenhang mit dem Lehrpersonal für die Durchführung des Studiengangs erforderlich sind, werden nachfolgend kurz erläutert.

1.3 Lehrpersonal

1.3.1 Autoren

Die schriftlichen und elektronischen Medien werden unter Beachtung der jeweiligen Modulbeschreibungen der einzelnen Studiengänge erstellt. Die Modulverantwortlichen schreiben das Lehrmaterial entweder selbst und lassen es von weiteren Fachexperten gegengelesen, oder es wird seitens des Dekanats nach geeigneten Autoren gesucht, die von dem jeweiligen Modulverantwortlichen in das Modul und in das Curriculum insgesamt eingewiesen werden. Der Autor wird von dem Dekan des jeweiligen Fachbereichs und dem zuständigen Modulverantwortlichen fachlich geführt und hat in der Regel den Status eines Professors oder verfügt im speziellen Fachgebiet über eine ausgewiesene Expertise. Zur Unterstützung kommen auch weitere Experten als Koautoren zum Einsatz, die nicht selten mit ihrer ausgewiesenen Berufspraxis gerade den für Fachhochschulen wichtigen Aspekt der Berufs- und Praxisorientierung mit einbringen.

1.3.2 Dozenten und Prüfer

Dozenten und Prüfer unterstützen zusammen mit den Tutoren den Lehrbetrieb des Studiengangs durch persönlich geführte Veranstaltungen zur Betreuung und Übung in Repetitorien sowie weiteren Präsenzveranstaltungen (Labore, Kompaktkurse, Projekte, Seminare). Die Präsenzveranstaltungen finden in Kleingruppen, in der Regel bis max. 20

Personen, statt. Die Qualifikation der eingesetzten Dozenten sowie Prüfer wird durch die Berufsordnung der Wilhelm Büchner Hochschule sichergestellt. Die eingesetzten Dozenten werden von den Dekanen sowie weiteren Mitarbeitern der Hochschule zu Beginn ihrer Lehrtätigkeit an der Wilhelm Büchner Hochschule mit den Besonderheiten der Präsenzphasen im Fernstudium vertraut gemacht.

Als Prüfer werden nur Professoren und andere, nach Landesrecht prüfungsberechtigte Personen eingesetzt, die, sofern nicht zwingende Gründe eine Abweichung erfordern, in dem Fachgebiet, auf das sich die Prüfungsleistung bezieht, eine eigenverantwortliche, selbstständige Lehrtätigkeit an einer Hochschule ausüben oder ausgeübt haben. Als Beisitzer wird in der Regel eingesetzt, wer mindestens den entsprechenden oder einen vergleichbaren akademischen Grad hat (vgl. AB, §7).

1.3.3 Tutoren

Ein besonderes Element im Fernstudium stellt die fachliche Betreuung der Studierenden durch Tutoren dar, die in den Selbstlernphasen des Fernstudiums die unmittelbaren fachlichen Ansprechpartner sind. Ihre fachliche und kommunikative Qualifikation und Sozialkompetenz sind ein wesentlicher Faktor für Erfolg im Studium.

Tutoren unterstützen die Studierenden in allen Fachfragen, die im Zusammenhang mit dem Studium stehen. Dazu gehören schriftliche Erläuterungen zu den Einsendeaufgaben, beratende und erklärende Telefongespräche und Kommentare in StudyOnline. Tutoren beteiligen sich aktiv an der Interaktion im Netz mit den Studierenden. Die Wilhelm Büchner Hochschule ermuntert Studierende, Kontakt zu Tutoren und Kommilitonen aufzunehmen. Die Erfahrungen aus den bisher durchgeführten Studiengängen zeigen, dass die reibungslose und schnelle Interaktion zwischen Studierenden und Tutoren ein wesentlicher Pfeiler für den Erfolg im Studium ist. Die fachliche Diskussion mit den Tutoren stärkt die kommunikativen Kompetenzen.

Als Tutor wird nur bestellt, wer aufgrund eines abgeschlossenen Hochschulstudiums, seiner pädagogischen Eignung und beruflichen Erfahrung die erforderliche inhaltliche und didaktische Qualifikation nachweist und nach Vorbildung, Fähigkeit und fachlicher Leistung dem vorgesehenen Aufgabengebiet entspricht und die Gewähr bietet, den Anforderungen des Lehrauftrags entsprechend den in den Modulbeschreibungen definierten Qualifikations- und Kompetenzziele unter inhaltlichen und didaktischen Gesichtspunkten gerecht zu werden.

Die oben beschriebenen Rollen werden von den Lehrenden oft in Personalunion wahrgenommen, wodurch sich ein kontinuierliches Wechselspiel aus Erfahrungen ergibt, insbesondere im Falle der tutoriellen Betreuung und parallelen Durchführung von Präsenzveranstaltungen.

1.2 Lehrformen

1.2.1 Fernstudium

Das Fernstudium an der Wilhelm Büchner Hochschule umfasst:

- schriftliche Studienmaterialien (Studienhefte), die den gesamten Lehrstoff vermitteln
- Tutorien (Präsenzveranstaltungen) zu den Modulen in Form von Repetitorien oder Kompaktkursen zur Auffrischung von Wissen, z. B. in Mathematik
- Online-Repetitorien und ergänzende Lernvideos
- Lernerfolgskontrollen sowohl als Selbstkontrolle (z. B. mittels Übungsaufgaben in den Studienheften), als fakultative Fremdkontrolle (in Form von schriftlichen Einsendeaufgaben zu den Studienheften) sowie als obligatorische Fremdkontrolle (mittels Prüfungen)
- tutorielle Betreuung per Telefon, online oder in schriftlicher Form zu allen fachlichen Fragen und Problemen
- Betreuung per Telefon, in schriftlicher Form (mittels Mail, Fax, Brief) oder face-to-face zu allen Fragen und Problemen rund um die Organisation und Durchführung des Masterstudiums

Die Summe dieser Lehrformen wird in den Modulbeschreibungen als **Fernstudium** bezeichnet.

Die Termine für die Präsenzveranstaltungen werden den Studierenden über StudyOnline bekannt gegeben. Nach erfolgter Anmeldung kann der Studierende an den bestätigten Veranstaltungen teilnehmen.

1.2.2 Virtuelle Labore

In virtuellen Laboren werden mithilfe von Simulations-Software reale Prozesse in Form von Modellen dargestellt und berechnet. Die Arbeiten werden im Wesentlichen als Hausarbeit durchgeführt. Bei Bedarf werden unterstützende Seminare am Standort Pfungstadt angeboten.

1.3 Leistungsnachweise

Die Form der Prüfungen ist in den *Allgemeine Bestimmungen für Hochschulzugang, Studium und Prüfungen* und in der *Prüfungsordnung* des Studiengangs festgelegt.

1.4 Kompetenzen im Fernstudium

Der Deutsche Qualifikationsrahmen (DQR) bildet die Grundlage des Kompetenzmodells der Wilhelm Büchner Hochschule. Allgemein handelt es sich hierbei um ein Instrument zur Einordnung von Qualifikationen im deutschen Bildungssystem. Mit dem Qualifikationsrahmen wird das Ziel verfolgt, Transparenz, Vergleichbarkeit und Mobilität sowohl innerhalb Deutschlands als auch in der EU (im Zusammenhang mit dem Europäischen Qualifikationsrahmen (EQR)) zu erhöhen. Grundlage für die Einordnung bildet dabei die Orientierung an Lernergebnissen, d.h. an erworbenen Kompetenzen. Durch die transparente Beschreibung von Lernergebnissen sollen Bildungsgänge und -abschlüsse zwischen den europäischen Staaten besser vergleichbar gemacht werden. Aufgrund der Orientierung an Lernergebnissen ist auch die Möglichkeit gegeben, nicht-formal und informell erworbene Kompetenzen zuzuordnen.

Der Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse definiert für die Masterebene auf Stufe 7 das angestrebte Kompetenzniveau in den Bereichen

- Wissen und Verstehen
- Können

Während die Kategorie Wissen und Verstehen primär die Verbreitung und Vertiefung von Wissen zuzuordnen ist, bezieht sich die Kategorie Können auf die Wissenserschließung. Ihr sind instrumentale, systemische und kommunikative Kompetenzen zuzuordnen.

Das entsprechende Kompetenzmodell ist in allgemeiner Form in nachfolgender Tabelle beschrieben¹:

¹ Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse (im Zusammenwirken von Hochschulrektorenkonferenz, Kultusministerkonferenz und Bundesministerium für Bildung und Forschung erarbeitet und von der Kultusministerkonferenz am 21.04.2005 beschlossen)

Wissen und Verstehen	Können
<p>Wissensverbreiterung: Absolventen von Masterstudiengängen weisen Wissen und Verstehen nach, das normalerweise auf der Bachelorebene aufbaut und dieses wesentlich vertieft oder erweitert. Sie sind in der Lage, die Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen ihres Lerngebietes zu definieren und zu interpretieren. („Generalist“)</p> <p>Wissensvertiefung: Ihr Wissen und Verstehen bildet die Grundlage für die Entwicklung und / oder Anwendung eigenständiger Ideen. Dies kann anwendungs- oder forschungsorientiert erfolgen. Sie verfügen über ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis auf dem neuesten Stand des Wissens in einem oder mehreren Spezialbereichen. („Experte“)</p>	<p>Absolventen von Masterstudiengängen haben die nachfolgenden Kompetenzen erworben:</p> <p>Instrumentale Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ihr Wissen und Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit ihrem Studienfach stehen. <p>Systemische Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Wissen zu integrieren und mit Komplexität umzugehen• Auch auf Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu fällen und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen, die sich aus der Anwendung Ihres Wissens und aus ihren Entscheidungen ergeben• Selbständig sich neues Wissen und Können anzueignen• Weitgehend selbstgesteuert und / oder autonom eigenständige forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte durchzuführen <p>Kommunikative Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Auf dem aktuellen Stand von Forschung und Anwendung Fachvertretern und Laien ihre Schlussfolgerungen und die diesen zugrunde liegenden Informationen und die Beweggründe in klarer und eindeutiger Weise zu vermitteln• Sich mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen auf wissenschaftlichem Niveau auszutauschen• In einem Team herausgehobene Verantwortung zu übernehmen

Die in diesem Modell beschriebenen Wissens- und Kompetenzarten bilden in ihrer qualitativen dreistufigen Bewertung die Grundlage für eine entsprechende Einordnung der Module in den Modulbeschreibungen (Kompetenzprofil). Im nachfolgenden Beispiel dient ein fiktives Modul primär der Verbreiterung und Vertiefung von Wissen, das auf solchem der Bachelorebene aufbaut. Die eher anwendungsorientierte Fähigkeit zur Problemlösung (instrumentale Kompetenzen) hat eine mittlere Relevanz, wohingegen der Austausch mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen usw. auf wissenschaftlichem Niveau eher in den Hintergrund tritt.

Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
Wissensverbreiterung			x
Wissensvertiefung		x	
Instrumentale Kompetenzen			X
Systemische Kompetenzen		X	
Kommunikative Kompetenzen	X		

Die hier dargestellte Profilmatrix ist beispielhaft für ein Modul.

Die individuelle Motivation eines Lernenden, die sich vor allem in der **Selbststeuerung** des eigenen Lernprozesses dokumentiert, ist abhängig von seiner Leistungsorientierung, dem Interesse und seiner intrinsischen Motivation. Überfachliche Kompetenzen, wie zum Beispiel die Fähigkeit gerade von Fernstudierenden zum selbstregulierten Lernen, können eine hohe Unterstützungsfunktion auch bei der Aneignung fachlicher und fachlich-wissenschaftlicher Inhalte haben. In Abstimmung mit den Unterstützungsleistungen der Hochschule gestaltet der Fernstudierende seine eigene Lernumgebung.

Lebenslanges Lernen erfordert eine andauernde Lernfähigkeit und auch Lernbegeisterung. Fernstudierende sind auf eine richtige Selbsteinschätzung angewiesen, müssen Informationen analysieren und erfassen können und benötigen ein entsprechendes Durchhaltevermögen, um ein in der Regel berufsbegleitendes Studium bewältigen zu können. Diese Eigenschaften machen sie zu den Lernenden im Kontext des Lebenslangen Lernens, einer Kompetenz also, die als elementare Voraussetzung für ein Bestehen der Herausforderungen einer Informations- und Wissensgesellschaft gesehen wird.

Eine **Arbeitsmarktfähigkeit** der Absolventen von Master-Studiengängen wird häufig mit der Kombination aus Fachwissen, Projektmanagement, Teamfähigkeit und Kommunikationskompetenz in Verbindung gebracht. Dies hat gerade für Fern- und Onlinestudierende eine sehr hohe Bedeutung, da sie mit der Weiterbildungsmaßnahme fast immer auch die berufliche Weiterentwicklung verbinden. Optimal ist hier eine Integration von Lernszenarien in den beruflichen Kontext. Die Möglichkeit, für die mit Mentoren abgestimmten Themen von Haus-, Projekt- und Masterarbeiten auch das berufliche Umfeld nutzen zu können, fördert die Arbeitsmarktfähigkeit der Fernstudierenden in besonderer Weise. Die erworbenen Qualifikationen und Kompetenzen können direkt im Beruf nachgewiesen und eingesetzt werden. Gerade für Unternehmen wird damit eine Förderung dieser Art der Weiterbildung sehr interessant.

2. Studienbereich Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen

Name des Moduls:	Wirtschaft und Organisation			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Sabine Landwehr-Zloch			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (35 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (15 %)			
Lernziel des Moduls:	Diese Studieneinheit vermittelt eine umfassende Einführung in praxisrelevante Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. Sie sind für das Management eines Unternehmens von grundlegender Bedeutung und für ein Masterstudium unabdingbar. Das Themenprofil, das den Studierenden vermittelt wird, umfasst u.a. die strategische Zielbildung im Unternehmen, Stakeholder- versus Shareholder-Orientierung, die Organisation des Unternehmens und die Bedeutung der Wahl seiner Rechtsform.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			X
	Wissensvertiefung		X	
	Instrumentale Kompetenzen		X	
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	X		
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Grundlagen von Wirtschaft und Organisation. Handlungskompetenz bei der Integration unterschiedlicher Fähigkeiten und Erfahrungen sowie dem Erkennen spezifischer betriebswirtschaftlicher Problem-bereiche und Entscheidungsfelder. Fähigkeit zur Bewertung und dem Einsatz betriebswirtschaftlichen Wissens.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Wirtschaftens - Organisation - Rechtsformen 			
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>			
Leistungsnachweis:	Klausur			

Voraussetzung für die Teilnahme:	-
Literatur:	<p>Jeweils in der neusten Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none">• Schott, H., Wied-Nebbeling, S.: Grundlagen der Mikroökonomik, Springer-Verlag.• Müller, D.: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Ingenieure, Springer-Verlag, Berlin.• Schmalen, H.: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft: Übungsbuch, Verlag Schäffer-Poeschel.• Stroebe, R. W.: Grundlagen der Führung: Mit Führungsmodellen, Verlag Recht und Wirtschaft.• Nerdinger, F. W.: Grundlagen des Verhaltens in Organisationen, Verlag Kohlhammer.• Scholz, H.: Wirtschaft und Soziales - Grundlagen der Wirtschaft, Verlag Information und Bildung, Berlin.• Hungenberg, H., Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Springer-Verlag, Berlin.

Name des Moduls:	Quantitative Methoden			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. habil. Guido Walz			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Nach Abschluss dieses Moduls haben die Studierenden ihr Wissen über mathematische Strukturen verbreitert und vertieft. Sie verfügen über umfassende Kompetenzen zur Behandlung von Fragen im Bereich der Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik sowie der Linearen Optimierung. Durch das Lösen zahlreicher Aufgaben, für das z.T. über die Inhalte der Lehrmaterialien hinausgehende Informationen benötigt werden, haben sie gelernt, sich selbständig neues Wissen anzueignen und dieses bei der Lösung von Problemen anzuwenden. Die fachliche Diskussion mit den Tutoren stärkt ihre kommunikativen Kompetenzen.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			X
	Wissensvertiefung			X
	Instrumentale Kompetenzen		X	
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	X		
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zur Auswahl und Anwendung quantitativer Methoden sowie Optimierungsverfahren bei der Entscheidungsfindung in ökonomischen Problemfeldern.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Grundlagen der Stochastik, u.a. Zufallsgrößen, Wahrscheinlichkeiten, diskrete und stetige Verteilungsfunktionen, deskriptive und induktive Statistik. Lineare Optimierung: Grafische und rechnerische Lösung von Optimierungsproblemen, Simplex-Algorithmus, Anwendungsbeispiele			
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung. Informationen in Fachforen sowie Übungen über StudyOnline (Online-Campus).			
Leistungsnachweis:	B-Prüfung			
Voraussetzung für die Teilnahme:	-			

Literatur:	<ul style="list-style-type: none">• Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W., Naumann, E. (4. Aufl. 2014): Quantitative Methoden, Bd. 1, Springer-Verlag.• Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W., Naumann, E. (4. Aufl. 2014): Quantitative Methoden, Bd. 2, Springer-Verlag.• Langenbahn, C.-M. (3. Aufl. 2013): Quantitative Methoden der Wirtschaftswissenschaften. Ein Mathematik-Lehrbuch, Oldenbourg-Verlag.• Hoffmeister, W. (1997): Quantitative Methoden. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, Verlag Kohlhammer.• Rommelfanger, H. (6. Aufl. 2008): Mathematik für Wirtschafts-wissenschaftler, Elsevier, Heidelberg
-------------------	--

Name des Moduls:	Managementtechniken und Projektmanagement			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr.-Ing. Dirk Ostermayer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (35 %) Selbststudium und Übungen (35 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (20 %)			
Lernziel des Moduls:	Die Erarbeitung moderner Managementtechniken hilft in der Berufspraxis, komplexe Aufgaben zu bewältigen und Probleme innerhalb des Unternehmens zu analysieren. Die Studierenden lernen so Kreativitäts-, Planungs- und Prognosetechniken sowie Wettbewerbsanalyse-, Strategiefindungs- und Organisations-techniken kennen und üben ihre Anwendung. Die Lerneinheit zum Projektmanagement vermittelt das erforderliche Rüstzeug und die Tools, um Projekte zum Erfolg zu führen.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			X
	Wissensvertiefung			X
	Instrumentale Kompetenzen		X	
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	X		
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zur Auswahl und Anwendung geeigneter Techniken in Managementprozessen und Projektsituationen. Handlungskompetenz beim Einsatz unterstützender Werkzeuge.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<p>Managementtechniken im Strategiebildungsprozess</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategische Planung, Konkurrenzanalyse, Marktanalyse - Stärken-/Schwächenanalyse, Portfolioanalyse - Wettbewerbsanalyse <p>Managementtechniken im Planungsprozess</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operative/strategische Zielsetzung, Planungstechniken - Kreativitätstechniken bei der Zielbildung - Strategiefindungs-/Organisationstechniken - Frühwarnsysteme bei der Problemanalyse - Wertanalyse zur Alternativensuche - Prognosetechniken und Projektion - Bewertung/Entscheidung - Nutzwertanalyse für die Bewertung und Entscheidung <p>Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektphasen, Strukturplanung/Arbeitspakete - Zeitmanagement (Gantt, Netzpläne) - Ressourcen-/Kapazitätsmanagement - Kostenmanagement/Qualität/Risiko/Evaluierung 			

Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung. Informationen in Fachforen sowie Übungen über StudyOnline (Online-Campus).
Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	-
Literatur:	<ul style="list-style-type: none">• Lucko, S., Trauner, B. (2004) ABC der Managementtechniken, Hanser-Verlag Wirtschaft.• Simon, W. (2008): GABALs großer Methodenkoffer – Managementtechniken, Gabal-Verlag.• Ledderhos, M. (2002): Managementtechniken, GRIN-Verlag.• Schwab, A. J. (2008): Managementwissen für Ingenieure: Führung, Organisation, Existenzgründung, Springer-Verlag, Berlin.• Litke, H.-D. (2007): Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement, Hanser Fachbuch.• Bohinc, T. (2006): Projektmanagement: Soft Skills für Projektleiter, Gabal-Verlag.• Kuster, J., Huber, E., Lippmann, R., Schmid, A, (2007): Handbuch Projektmanagement, Springer-Verlag, Berlin.

Name des Moduls:	Finanzwirtschaftliche Entscheidungsgrundlagen			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Sabine Landwehr-Zloch			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (50 %) Selbststudium und Übungen (45 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (5 %)			
Lernziel des Moduls:	<p>Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, verfügen über ein Wissen über die finanzwirksamen Entscheidungstatbestände in Unternehmen. Sie kennen die Anlässe für Finanzierungs- und Investitionsvorgänge und die Periodisierung von Ein- und Auszahlungsreihen. Sie beherrschen die gängigen Methoden der statischen und dynamischen Investitionsrechenverfahren und können sie auf betriebliche Entscheidungssituationen anwenden. Die Kenntnis der gegebenen Voraussetzungen und Anwendungsbedingungen versetzt die Studierenden in die Lage, Betrachtungen über die Vorteilhaftigkeit anzustellen. Ebenso kennen die Studierenden die wichtigsten Instrumente der Außen- und Innenfinanzierung und sind in der Lage geeignete Eigen- oder Fremdfinanzierungsoptionen situationsgerecht auszuwählen. Die Kosten- und Leistungsrechnung ist ein zentrales Instrument zur Fundierung unternehmerischer Entscheidungen geworden. Gerade technisch orientierte Studierende benötigen die monetäre Abbildung von Entwicklungsprozessen mit dem Ziel, diese zu planen, zu regeln und zu steuern. Dies macht die Kosten- und Leistungsrechnung zu einem unentbehrlichen Bestandteil des industriellen Managements. Die Studierenden entwickeln daher ein theoretisches und praktisches Verständnis für die Kostenrechnung, beherrschen die Methodologie der Kostenrechnung und können sie auf konkrete betriebswirtschaftliche Problemstellungen anwenden. Methodische Kompetenz erlangen die Studierenden in der Beurteilung von Kostenabweichungen, der Kalkulation von Preisen und der vorausschauenden Budgetplanung sowie der für das Produktmanagement relevanten Deckungsbeiträge in Stufen. Sie können außerdem mit dem aus der Analyse von Bilanzen und Jahresabschlüssen resultierenden Kennzahlensystem umgehen.</p>			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			X
	Wissensvertiefung		X	
	Instrumentale Kompetenzen		X	
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	X		
Vermittelte Kompetenzen:	Verständnis und Problembewusstsein über die finanzwirksamen Entscheidungstatbestände in Unternehmen. Fähigkeiten zum situationsadäquaten Einsatz und der kritisch reflektierten Bewertung von Methoden in Rechnungswesen und			

	Finanzwirtschaft. Fähigkeit zum Transfer wissenschaftlicher Konzeptionen und Methoden auf reale Tatbestände.
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung
Inhalte:	Kosten- und Leistungsrechnung als zentrales Instrument des operativen Controlling, Darstellung der Zusammenhänge und Analyse von Bilanzen und Jahresabschlüssen. Grundlegende Sachverhalte werden am Beispiel eines konkreten Jahresabschlusses erläutert. Grundlagen und Begrifflichkeiten der Finanzierung, Statische und Dynamische Methoden der Investitionsrechnung, Steuerungsfunktion der Zinssätze, Investitionsentscheidungen und Entscheidungsoptimierung, Nutzwertanalyse, Investition und Finanzierung, Entscheidungstheorie
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung. Informationen in Fachforen sowie Übungen über StudyOnline (Online-Campus).
Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	-
Literatur:	Jeweils in der aktuellsten Auflage: <ul style="list-style-type: none"> • Coenenberg, A./Fischer, T./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse. Schäffer-Poeschel Verlag. • Coenenberg, A./Haller, A./Schulze W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Schäffer-Poeschel Verlag. • Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Verlag Vahlen.

Name des Moduls:	Unternehmensführung			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Sabine Landwehr-Zloch			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Um Unternehmen in ihrer Gesamtheit führen zu können, müssen ihre Struktur, ihre Entwicklungsmöglichkeiten und ihre Führungskonzeption strategisch analysiert werden. Daher ist eine Evaluierung der unternehmensinternen Stärken und Schwächen, des Marktes und der Unternehmensumwelt erforderlich. Daraus werden Schlussfolgerungen abgeleitet, die im Einklang mit der beabsichtigten Strategie stehen. Zur Umsetzung sind rationale Planungssysteme erforderlich, die auch die personelle und zeitliche Planung einbeziehen. Controlling ist ein unabdingbares Instrument der Unternehmensführung, das auf der Kostenrechnung aufbaut. In diesem Modul setzen sich die Studierenden mit den verschiedenen Kalkülen und Analysen auseinander, mit denen die vorhandenen und abgeleiteten Daten ausgewertet werden, um eine Entscheidungsgrundlage für rationale und effiziente Führungsentscheidungen zu schaffen. Sie werden dabei die unternehmensweite Planung ebenso einbeziehen wie Management-Informationssysteme und das Instrument der Balanced Scorecard.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			x
	Wissensvertiefung		X	
	Instrumentale Kompetenzen		X	
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	x		
Vermittelte Kompetenzen:	Verständnis und Problembewusstsein im Hinblick auf Funktionen, Aufgaben, Prozesse und Systeme der Unternehmensführung. Fähigkeiten zum Erkennen unterschiedlicher Führungssituationen in ihren Zusammenhängen (Analysefähigkeit). Fach- und Methodenkompetenz bei der Anwendung theoriegestützten Wissens. Fähigkeit zum Transfer wissenschaftlicher Konzeptionen und Methoden.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Grundlagen der Unternehmensführung - Notwendigkeit und Arten von Planung - Methodik zur Entwicklung eines Plans Strategische Unternehmensführung und Instrumente der str. Unternehmensführung			

	<ul style="list-style-type: none"> - Planungssysteme in der Praxis - Strategieentwicklung in der Praxis - Zusammenhänge zwischen Organisation, Personal und Strategie eines Unternehmens - Wert-, Innovations- und prozessorientierte Strategiekonzepte <p>Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des operativen Controllings - Unternehmensplanung und Simulationsrechnung - Reporting und internationales Controlling
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	keine
Literatur:	<p>Jeweils in der aktuellsten Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hungenberg, H., Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Springer-Verlag. • Rahn, H.-J., Olfert, K.: Unternehmensführung, Kiehl-Verlag. • Steinmann, H., Schreyögg, G., Koch, J.: Management. Grundlagen der Unternehmensführung, Gabler-Verlag. • Macharzina, K., Wolf, J.: Unternehmensführung, Gabler-Verlag. • Macharzina, K., Wolf, J.: Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen - Konzepte - Methoden – Praxis, Gabler-Verlag.

3. Studienbereich Schlüsselkompetenzen (Innovations-, Technologie- und Qualitätsmanagement, Methoden wissenschaftlichen Arbeitens)

Name des Moduls:	Innovationsmanagement			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	<p>Die Studierenden kennen die wichtigen Begriffe des Innovationsmanagements und können die unterschiedlichen Arten von Innovationen erläutern. Sie können den Innovationsprozess und Innovationsmanagement inhaltlich bestimmen und nach Branchen differenzieren. Außerdem haben sie einen Überblick über die Erfolgsfaktorenforschung und können die Erfolgsfaktoren für Innovationsstärke identifizieren.</p> <p>Sie kennen die Planungsschritte im Innovationsprozess und können verschiedene Prozessmodelle anhand von Prozessbeispielen erklären. Darüber hinaus erlernen sie verschiedene Methoden zur Unterstützung einer sich an der Unternehmensstrategie orientierenden Innovationsstrategie kennen. Sie können Methoden der Innovationsbedarfserfassung erläutern und anhand von Beispielen anwenden. Sie kennen die frühen Phasen des Innovationsprozesses bis zur Markteinführung und die zugehörigen Methoden und Techniken zur Prozessgestaltung.</p> <p>Sie können außerdem standardisierte Prozessabläufe und typische Organisationsformen inhaltlich erläutern sowie aktuelle und moderne Ansätze im Innovationsmanagement beschreiben und ihren Einsatz begründen.</p>			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			x
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen		x	
	Systemische Kompetenzen		x	
	Kommunikative Kompetenzen		x	
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien der Innovationsprozessgestaltung. Handlungskompetenz bei der Lösung spezifischer Entscheidungsprobleme im Innovationsmanagement.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	- Begriffe Innovation, Innovationsprozess und -management - Arten von Innovationen, Gestaltungsbeispiele der Praxis			

	<ul style="list-style-type: none"> - Interne Rahmenbedingungen und externe Unterstützung - Innovations-Erfolgsfaktoren - Methoden (Innovationssuchfelder, SWOT-Analyse, Gap-Analyse, Suchfeldmatrix, Szenariotechnik, Technologie-Monitoring, Technologie-Scouting, Wettbewerbs-Monitoring, Analyse technologischer Trends) - Methoden der Innovationsbedarfserfassung - Open Innovation und Lead-User-Ansatz - Ideenfindung/-sammlung und Kreativitätstechniken - Ideenbewertungsmethoden und Auswahlverfahren - Ideenkonkretisierung - Produktentwicklung und unterstützende Methoden - Markteinführungskonzeption - Organisationsformen für Innovation, Innovationsnetzwerke - Globalisierung von Innovationsentwicklungen
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	-
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Eversheim, W. (2012): Innovationsmanagement für technische Produkte: Systematische und integrierte Produktentwicklung und Produktionsplanung • Gassmann, O., Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg • Geschka, H. (1998): Wettbewerbsfaktor Zeit. Beschleunigung von Innovationsprozessen • Kleinschmidt, E. J., Geschka, H., Cooper, R. G. (1996): Erfolgsfaktor Markt. Kundenorientierte Produktinnovation (Marktorientiertes F&E Management) • Hauschildt, J., Salomo, S. (2010): Innovationsmanagement • Müller-Prothmann, T.; Dörr, N. (2014): Innovationsmanagement: Strategien, Methoden und Werkzeuge für systematische Innovationsprozesse • Neun, W. (2014): Innovationen im Mittelstand erfolgreich managen: 25 Tipps für die praktische Umsetzung • Vahs, D., Brem, A. (2015) Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung

Name des Moduls:	Technologiemanagement			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Die Studierenden lernen die relevanten Grundlagen und Begrifflichkeiten des Technologiemanagements kennen. Sie können technologische Aktivitäten planerisch einordnen und bewerten. Außerdem erhalten sie Einblick in das marktorientierte Technologiemanagement und kennen die Inhaltselemente eines diesbezüglichen Technologie-Trackings. Sie können die unterschiedlichen Technologiearten beschreiben und die Phasen der Technologieentwicklung erläutern. Sie erhalten außerdem einen Überblick über die Inhalte eines strategischen Technologiemanagements.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			x
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen		x	
	Systemische Kompetenzen		x	
	Kommunikative Kompetenzen		x	
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien des Technologiemanagements. Handlungskompetenz bei der Lösung spezifischer Entscheidungsprobleme im Technologiemanagement.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Begriff „Technologie“ und Grundlagen des Technologiemanagements - Technologieentwicklung im Unternehmen - Technologieentwicklung in Forschungsinstituten und Universitäten - Technologiediffusion (inkl. Technologie-Lebenszyklus) - Methoden des Technologiemanagements <ul style="list-style-type: none"> • Technologiefrüherkennung • Technologie-Monitoring • Technologie-Vorausschau • Technologie-Bewertung • Technologie-Planung • Technologie-Controlling - Technologie-Strategien - Technologie-Transfer - Gesellschaftliche Akzeptanz neuer Technologien (inkl. Technologiefolgen-Abschätzung) 			

Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	-
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Albers, S. et al. (2011): Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement: Strategie - Umsetzung – Controlling • Amelingmeyer, J., Harland, P.E. (2012): Technologiemanagement & Marketing: Herausforderungen eines integrierten Innovationsmanagements • Bullinger, H.-J. (2012): Einführung in das Technologiemanagement: Modelle, Methoden, Praxisbeispiele • Fricke, G., Lohse, G. (2008): Entwicklungsmanagement: Mit methodischer Produktentwicklung zum Unternehmenserfolg (Innovations- Und Technologiemanagement) • Gerpott, T. J. (2005): Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement: Eine konzentrierte Einführung • Schuh, G., Klappert, S. (2010): Technologiemanagement: Handbuch Produktion und Management

Name des Moduls:	Qualitätsmanagement			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr.-Ing. Dirk Ostermayer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Forschungsergebnisse belegen die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen, die sich an den Grundsätzen des modernen Qualitätsmanagements ausrichten. Wesentliches Ziel dieses Moduls ist daher die Vermittlung dieser Grundsätze. Die Teilnehmer lernen insbesondere, kunden- und prozessorientiert zu denken, komplexe Wirkungszusammenhänge in Systemen bzw. Organisationen zu erkennen und unter den Zielsetzungen des Qualitätsmanagements nutzbar zu machen. Die Studierenden lernen die wesentlichen Aufgaben eines Qualitätsbeauftragten kennen und erlangen grundlegende Kompetenzen zum Aufbau und zur Einführung und Weiterentwicklung von Qualitätsmanagementsystemen. Dieses Modul gibt außerdem einen Überblick über die vielen Sichten und Facetten des Qualitätsmanagements und schafft so die Grundlage zur vertiefenden Auseinandersetzung mit den aktuellen Ansätzen eines modernen Qualitätsmanagements, wie z. B. Total Quality Management oder Six Sigma.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			X
	Wissensvertiefung			X
	Instrumentale Kompetenzen		X	
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	X		
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien des Qualitätsmanagements. Handlungskompetenz bei der Lösung spezifischer Entscheidungsprobleme im Qualitätsmanagement und einer diesbezüglichen Organisationsgestaltung und -entwicklung.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Definition des Qualitätsbegriffs - Aufgaben und Organisation des Qualitätswesens - Einführung in das Qualitätsmanagement (QM) - Geschichte des QM - Qualitätspolitik und Qualitätsanforderungen an Produkte - Grundlagen des Prozessmanagements - Qualitätsanforderungen an Prozesse - (QM-)Systeme nach DIN EN ISO 9000ff. - Integrierte Managementsysteme - Audits als Managementinstrument 			

	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das Produkthaftungsrecht - Qualität und Wirtschaftlichkeit, Qualitätscontrolling - Grundzüge moderner QM-Ansätze (Kaizen, Total Quality Management, Six Sigma, Total Productive Maintenance, klassische Qualitätstechniken)
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	Bachelor-/Diplomstudium in Ingenieur-/Naturwissenschaften oder Informatik sowie Studium der Module des 1. Semesters (allgemeine Kompetenzen)
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Greßler, U., Göppel, R. (2008): Qualitätsmanagement: Eine Einführung Lehr-/Fachbuch, 6. Auflage, Stam-Verlag. • Linß, G. (2005): Qualitätsmanagement für Ingenieure, Hanser Fachbuchverlag. • Pfeifer, T. (2001): Qualitätsmanagement. Strategien, Methoden, Techniken, Hanser Fachbuchverlag. • Zollondz, H.-D. (2006): Grundlagen Qualitätsmanagement: Einführung in Geschichte, Begriffe, Systeme und Konzepte, Verlag Oldenbourg. • Wagner, K. W., Zacharnik, M., Kamiske, G. F. (2005): Qualitätsmanagement für KMU: Qualität. Sensibilisieren - realisieren – leben, Hanser-Verlag.

Name des Moduls:	Methoden wissenschaftlichen Arbeitens			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr.-Ing. Jürgen Deicke			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (30 %) Selbststudium und Übungen (30 %) Arbeit am PC (20 %) Prüfungen (20 %)			
Lernziel des Moduls:	Die Studierenden sollen das Wesen und den Nutzen wissenschaftlichen Arbeitens erkennen und befähigt werden, sich schnell und zielsicher einen Überblick über den wissenschaftlichen Diskussionsstand eines/ihrer Fachgebietes zu verschaffen, mit den wissenschaftlichen Auffassungen und Erkenntnissen anderer umzugehen und dies in der eigenen wissenschaftlichen Praxis in einer verständlichen Form darzustellen. Sie kennen dazu die Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens, sind in der Lage, Methoden auszuwählen, kritisch zu hinterfragen und umzusetzen.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		X	
	Wissensvertiefung			X
	Instrumentale Kompetenzen		X	
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	X		
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zum wissenschaftlichen Arbeiten. Handlungskompetenz zu Auswahl und Einsatz geeigneter Methoden.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Eigenständiges, zielgerichtetes Recherchieren zu einem wissenschaftlichen Thema unter Berücksichtigung verschiedener Quellen, wie Bibliothek, Internet, Datenbanken usw. Wissenschaftliches Aufbereiten und Dokumentation der Informationen für schriftliche Ausarbeitungen (wie Hausarbeiten, Projektberichte und Masterabschlussarbeit). Vorgehen bei Wissenschaftswettbewerben, Methodenauswahl, kritische Reflexion von Methoden, Fallbeispiele.			
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung. Informationen in Fachforen sowie Übungen über StudyOnline (Online-Campus).			
Leistungsnachweis:	B-Prüfung			
Voraussetzung für die Teilnahme:	-			

Literatur:	<ul style="list-style-type: none">• Balzert, H., Schäfer, Chr., Schröder, M., Kern, U. (2008): Wissenschaftliches Arbeiten - Wissenschaft, Quellen, Artefakte, Organisation, Präsentation, Verlag W3L.• Franck, N., Stary, J. (2013): Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens: Eine praktische Anleitung, Verlag UTB• Sandberg, Berit (2013): Wissenschaftlich Arbeiten von Abbildung bis Zitat. Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.• Stichel-Wolf, Chr., Wolf, J. (2013): Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: Erfolgreich studieren - gewusst wie!,• Theisen, Manuel René (2013): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. Vahlen
-------------------	---

4. Studienbereich wissenschaftliche Spezialisierung (Schwerpunkt Qualitätsmanagement)

Name des Moduls:	Produkt- und Life-Cycle-Management			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr.-Ing. Dirk Ostermayer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Dieses Modul vermittelt den Studierenden das Basiswissen und die Grundlagen eines Product Lifecycle Managements (PLM). Sie können danach Entwicklungsprojekte für ein PLM initiieren und begleiten sowie die verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten und Besonderheiten für unterschiedliche Industriezweige einschätzen und bewerten. Darüber hinaus können sie das Potenzial eines PLM zur Unterstützung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen abschätzen.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			X
	Wissensvertiefung			X
	Instrumentale Kompetenzen		X	
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	X		
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien des Produktmanagements. Handlungskompetenz bei der Lösung spezifischer Entscheidungsprobleme im Product Lifecycle Management und der zugehörigen organisatorischen Begleitung.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das Product Lifecycle Management (PLM) - PLM-Daten und –Informationen - PLM-Konzepte - PLM-Systeme - Product Development and Engineering - Integration von PLM und PLM-Projektmanagement - Strategisches Produktmanagement 			
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren</p>			

	über StudyOnline (Online-Campus)
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	Bachelor-/Diplomstudium in Ingenieur-/Naturwissenschaften oder Informatik sowie Studium der Module des 1. Semesters (allgemeine Kompetenzen) sowie der Module zu den Schlüsselkompetenzen
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Saaksvuori, A., Immonen, A. (2008): Product Lifecycle Management, Springer-Verlag Berlin. • Siegwart, H., Senti, R. (): Product Life Cycle Management, Schäffer-Poeschel Verlag. • Niemann, J., Tichkiewitch, S., Westkämper, E. (2008): Design of Sustainable Product Life Cycles, 1. Auflage, Springer-Verlag Berlin. • Meinhardt, St., Liebstückel, K. (2006): Product Lifecycle Management, Dpunkt Verlag. • Hofbauer, G., Schweidler, A. (2006): Professionelles Produktmanagement. Der prozessorientierte Ansatz, Rahmenbedingungen und Strategien, Publicis Corporate Publishing. • Albers, S., Herrmann, A. (2007): Handbuch Produktmanagement: Strategieentwicklung - Produktplanung - Organisation - Kontrolle, Gabler-Verlag.

Name des Moduls:	Prozessmanagement			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr.-Ing. Dirk Ostermayer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Schwerpunkte des Prozessmanagements. Die Teilnehmer/innen sollen so eine Einführung in die Prozesssicht der Organisation eines Unternehmens erhalten. Sie sollen dadurch lernen, wie sich diese Organisationsform auf andere Unternehmen innerhalb der Wertschöpfungskette (vor und nach gelagert) und auf Märkte auswirkt. Dieses Wissen befähigt die Studierenden, Ableitungen im Hinblick auf Optimierungspotenziale vornehmen zu können. Die Studierenden erhalten einen Einblick in die Nutzung von Referenzmodellen und anderen Prozessmodellen bei der Systemauswahl und –einführung.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			X
	Wissensvertiefung			X
	Instrumentale Kompetenzen		X	
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	X		
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien des Prozessmanagements und der prozessorientierten Organisationsentwicklung. Handlungskompetenz bei der Lösung spezifischer Entscheidungsprobleme im Prozessmanagement und bei einer diesbezüglichen Systemeinführung und -gestaltung.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Funktions- und Prozessorientierung - Vision, Prozess, System und Kundenorientierung - Kern-, Unterstützungs- und Führungsprozesse - Wertschöpfung für Kunden und andere Marktpartner - Kontinuierlicher Verbesserungsprozess - Wettbewerbsfähigkeit und Prozessmanagement - Prozessmanagement und Organisationsentwicklung - Verankerung von Führung in Prozessen - Kultur für kontinuierliche Veränderungen - Prozessorientierte Organisation - Identifikation von Prozessen - Prozessanalyse, -modellierung und –dokumentation - Rahmenbedingungen des Prozessmanagements - Nachhaltigkeit und Prozessmanagement 			

Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	Bachelor-/Diplomstudium in Ingenieur-/Naturwissenschaften oder Informatik sowie Studium der Module des 1. Semesters (allgemeine Kompetenzen) sowie der Module zu den Schlüsselkompetenzen
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Füermann, T., Dammasch, C. (2008): Prozessmanagement – Anleitung zur Steigerung der Wertschöpfung, Hanser-Verlag. • Becker, J., Kugeler, M., Rosemann, M. (2007): Prozessmanagement – Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, Springer-Verlag Berlin. • Schmidt, G. (2002): Prozessmanagement: Modelle und Methoden, Springer-Verlag Berlin. • Kostka, C., Mönch, A. (2005): Change Management: 7 Methoden für die Gestaltung von Veränderungsprozessen, Hanser-Verlag. • Allweyer, T. (2005): Geschäftsprozessmanagement, Verlag W3L. • Ehlers, S. (2006): BPM - Business Prozessmanagement in Praxis und Anwendung, Books on Demand GmbH. • Gaitanides, M. (2006): Prozessorganisation: Entwicklung, Ansätze und Programme des Managements von Geschäftsprozessen, Vahlen-Verlag. • Wagner, K. W., Patzak, G. (2007): Performance Excellence – Der Praxisleitfaden zum effektiven Prozessmanagement, Hanser-Verlag.

Name des Moduls:	Lean Six Sigma			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. rer. nat. Michael Haag			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Die Studierenden erhalten einen Einblick in das Spektrum konzeptioneller Ansätze eines Lean Six Sigma und vor allem in die Umsetzungsmöglichkeiten in der Unternehmenspraxis. Sie lernen, wie sich Lean Management und Six Sigma wirkungsvoll kombinieren lassen, um eine Null-Fehler-Qualität ohne Verschwendung zu erreichen. Sie lernen dazu die Wertstrom-Analyse, das Zusammenspiel von DOE, QFD und TRIZ im Rahmen von Design for Six Sigma sowie Lean Manufacturing kennen. Außerdem kennen sie die Projektauswahl für Business Process Excellence in Industriebereichen und Lean-Konzepte sowie die Integration von Design for Six Sigma in den Produktentstehungsprozess. Sie erwerben darüber hinaus die Fähigkeit zur Analyse der Auswirkungen bei der Einführung von Lean Six Sigma.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			x
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen		x	
	Systemische Kompetenzen		x	
	Kommunikative Kompetenzen	x		
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien des Qualitätsmanagements und der Inhaltselemente von Lean Management und Six Sigma. Handlungskompetenz bei der Lösung spezifischer Entscheidungsprobleme im Qualitätsmanagement unter Nutzung der vermittelten Konzepte und diesbezüglicher Systemeinführung und -gestaltung.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Lean Management - Six Sigma - Green Six Sigma - Lean Six Sigma - Produkt- und Prozessmanagement - Qualitätsmanagement 			
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung. Informationen in Fachforen sowie Übungen über StudyOnline (Online-Campus).			

Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen
Literatur:	<ul style="list-style-type: none">• Bornhöft, F., Faulhaber, N. (2010): Lean Six Sigma erfolgreich implementieren, 2. Auflage, Frankfurt School Verlag.• Mössinger, M. (2006): Lean Sigma: Synthese aus Lean Management, Six Sigma und Kaizen, 1. Auflage, Diplomica Verlag.• George, M.L. (2002): Lean Six Sigma: Combining Six Sigma Quality with Lean Production Speed, Mcgraw-Hill Professional.• George, M.L., Rowlands, D., Kastle, B., Lunau, St. (2007): Was ist Lean Six Sigma?, 1. Auflage, Springer-Verlag Berlin.• Kaufmann, U. H. (2012): Praxisbuch Lean Six Sigma: Werkzeuge und Beispiele. Hanser Verlag

5. Studienbereich wissenschaftliche Spezialisierung (Schwerpunkt Technologiemanagement)

Name des Moduls:	F&E-Management			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Die Studierenden kennen die Besonderheiten von Forschung und Entwicklung (F&E) für Volkswirtschaft und Unternehmen und können die verschiedenen Erscheinungsformen erläutern. Sie kennen die Instrumente des F&E-spezifischen Projektmanagements und Controllings sowie die Methoden zur Gestaltung von F&E-Planungsprozessen und für einen Einsatz in Forschungs- und Entwicklungsprojekten. Die Strukturelemente einer forschungsorientierten Organisationsgestaltung, auch unter Einbeziehung externer Forschungs- und Entwicklungsstellen, sind ihnen vertraut. Sie erhalten außerdem einen Überblick über die gegebenen Optionen zur Forschungsförderung und –finanzierung.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			x
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen		x	
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen	x		
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien des Managements von Forschung und Entwicklung. Handlungskompetenz bei der Lösung spezifischer Probleme in der forschungsorientierten Organisationsgestaltung und in F&E-Projektszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des F&E-Managements - Bedeutung und Charakteristika von F&E für Volkswirtschaft und Unternehmen - Erscheinungsformen von F&E; Organisatorische Einbindung von F&E im Unternehmen (Makrostruktur, Mikrostruktur) - Strategische F&E Planung mit Instrumenten und Methoden - Operative F&E-Programmplanung - F&E-Projektmanagement - F&E-Budgetierung und Controlling - F&E-Projektplanung - F&E Personalmanagement und Promotoren - Internationalisierung von F&E 			

	- Externe F&E, Kooperationen und Netzwerke
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Brockhoff, K. (1998): Forschung und Entwicklung: Planung und Kontrolle • Bullinger, H. J., (2013): Forschungs- und Entwicklungsmanagement: Simultaneous Engineering, Projektmanagement, Produktplanung, Rapid Product Development • Franke, H. (2012): Innovationen im Mittelstand – Erfolgreich ohne eigene Forschung und Entwicklung • Kotter, J.P. (2012): Leading Change • Völker, R. (2013): Interne Märkte in Forschung und Entwicklung

Name des Moduls:	Technologiebasierte Unternehmensgründung			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (35 %) Selbststudium und Übungen (35 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (20 %)			
Lernziel des Moduls:	Das Modul vermittelt Kenntnisse zur „Technologieorientierten Unternehmensgründung“, deren Produkte und/oder Dienstleistungen auf einer neuen technologischen Idee oder auf Forschungsergebnissen basieren. Die Teilnehmer/innen erhalten eine Einführung in die Voraussetzungen, Prozesse, Ressourcen und Randbedingungen der Gründung von Technologieunternehmen. Die Studierenden können die für einen Markteintritt in dieser Konstellation erforderlichen umfangreichen technischen Entwicklungsarbeiten einschätzen. Sie können außerdem die für die Finanzierung und die damit verbundenen Probleme als kritische Erfolgsfaktoren benennen und erläutern. Sie kennen die Inhaltselemente eines dafür unerlässlichen Business-Plans und dessen Finanzplanung. Sie sind in der Lage, einen Business-Plan einer technologiebasierten Unternehmensgründung zu erstellen. Die Studierenden verstehen die Herausforderungen eines Unternehmens in der Gründungs- und Frühentwicklungsphase unter Berücksichtigung der technologiebasierten Ausrichtung.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen		x	
	Kommunikative Kompetenzen		x	
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien technologiebasierter Unternehmensgründung und zum diesbezüglichen Business Planning. Handlungskompetenz bei der Lösung spezifischer Entscheidungsprobleme im Zusammenhang mit technologiebasierten Unternehmensgründungen.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Technologiebasierte Unternehmensgründung – ein anderer Weg zur Innovation - Umsetzung naturwissenschaftlicher Erkenntnisse und technologischer Erfindungen in Gründungsideen - Markt- und Geschäftsmodelle technologiebasierter Unternehmensgründungen (Vorgründungs- und Entwicklungsphase) - Erste Kundengewinnung bei technologiebasierten 			

	<p>Unternehmensgründungen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Abschätzung des Markt- und Absatzpotenzials; Marktsegmentierung - Investitionsbedarf und Finanzierungsmöglichkeiten - Inanspruchnahme öffentlicher Fördermaßnahmen - Umsetzungsphase technologiebasierter Unternehmensgründungen
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch und begleitendes Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung. Informationen in Fachforen sowie Übungen über StudyOnline (Online-Campus).</p>
Leistungsnachweis:	<p>B-Prüfung</p>
Voraussetzung für die Teilnahme:	<p>Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen</p>
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Hirth, G., Przywara (2007): Planungshilfe für technologieorientierte Unternehmensgründungen: Ein Erfahrungsbasierter Leitfaden für Naturwissenschaftler Und Ingenieure • Kollmann, T. (2013): E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Net Economy • Vogelsang, E., et. al. (2015): Existenzgründung und Businessplan: Ein Leitfaden für erfolgreiche Start-ups • Wagner, D., Schultz, C. (2011): Finanzierung technologieorientierter Unternehmensgründungen in Deutschland • Walter, A. (2013): Fallstudien zur Gründung und Entwicklung innovationsorientierter Unternehmen: Einflussgrößen und theoretische Verankerung des Erfolgs

Name des Moduls:	Patentstrategien und –recht			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr.-Ing. Jürgen Deicke			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Die Studierenden kennen die Motivation zur Patententwicklung und die wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Aspekte in diesem Zusammenhang. Sie können einen strategischen Einsatz von Schutzrechten bestimmen und kennen Schutzrechte als Stand der Technik und Informationsquelle. Sie erhalten außerdem eine umfangreiche Einarbeitung in das Verfahren vor dem Patentamt (Patenterteilungsverfahren, Änderung der Anmeldung, Recherche, Prüfung der Patentanmeldung usw.). Sie können die Inhaltselemente und den Ablauf diesbezüglicher Beschwerdeverfahren vor dem Patentgericht erläutern. Die Teilnehmer/innen kennen die Vereinbarungen und Elemente im europäischen und internationalen Rechtsraum. Sie kennen die Inhalte des Arbeitnehmererfindungsrechts sowie des Marken- und Geschmacksmusterrechts.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			X
	Wissensvertiefung		X	
	Instrumentale Kompetenzen		X	
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	X		
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien im betrieblichen Patentwesen und dem Einsatz von Schutzrechten sowie der wichtigen gesetzlichen Grundlagen. Handlungskompetenz bei der Gestaltung und Begleitung der erforderlichen Verfahren und Prozeduren.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Motivation zu Patenten - Wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Aspekte - Strategischer Einsatz von Schutzrechten - Schutzrecht als Stand der Technik und Informationsquelle - Patent (Erfindung/Patentfähigkeit) - Erfinderische Tätigkeit und gewerbliche Anwendbarkeit - Erfinderrechtliche Vindikation nach PatG - Wirkungen des Patents - Schutzbereich eines Patents - Verfahren vor dem Patentamt - Beschwerde/Verfahren vor dem Patentgericht - Europäisches und Internationales Recht 			

	<ul style="list-style-type: none"> - Arbeitnehmererfindungsrecht - Marken- und Geschmacksmusterrecht
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Heinemann, A. (2014): Patent- und Musterrecht: Textausgabe zum deutschen, europäischen und internationalen Patent-, Gebrauchsmuster- und Geschmacksmusterrecht, DTV-Beck. • Wagner, M. H., Thiel, W. (2007): Wegweiser für den Erfinder: Von der Aufgabe über die Idee zum Patent, Springer-Verlag, Berlin. • Engels, R., Ilzhöfer, V. (2010): Patent-, Marken- und Urheberrecht: Leitfaden für Ausbildung und Praxis, Vahlen-Verlag. • Hahn, W., (2015): Praktische Methoden des Erfindens: Kreativität und Patentschutz, Springer Vieweg Verlag • Nitsche, V. (2006): Patentmanagement: Auswertung von Patentinformationen, Patentverwertung und Patentstrategien, Vdm Verlag Dr. Müller. • Trimborn, M. (2015): Patente und Gebrauchsmuster. Praktikerwissen für die Durchsetzung von Rechten, Expert-Verlag.

6. Studienbereich wissenschaftliche Spezialisierung (Schwerpunkt Innovationsmanagement)

Name des Moduls:	Markt- und Projektmanagement			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Die Studierenden kennen das Business-to-Business Marketing und sind in der Lage, eine Markt- und Kundenanalyse sowie eine Erhebung der Ist-Situation und strategischen Positionierung für ein Unternehmen durchzuführen. Sie kennen die vier verschiedenen Business-to-Business Marketing Instrumente. Sie können die Besonderheiten und Gestaltungselemente des Industriegütermarketing für die Marketingplanung und Marktbearbeitung aktiv nutzen. Sie kennen außerdem die Aufgaben des technischen Vertriebs und können dessen Rollen in den Wertschöpfungsstufen des Industriegütermarketing differenziert beurteilen und die Marketingaktivitäten darauf abstimmen. Sie wissen, wie sie komplexe und innovative Business-to-Business-Marketing-Projekte strukturieren, leiten und zu einem erfolgreichen Abschluss bringen können. Sie erwerben Kompetenzen zum Projektmanagement und zu Marktforschungsmethoden und Marketinginstrumenten im Business-to-Business Umfeld. Ein weiterer Baustein ist ihre Organisations- und Sozialkompetenz im technischen Vertrieb. Sie kennen die Erfolgsfaktoren der Business-to-Business Marketing Implementierung.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen		x	
	Kommunikative Kompetenzen		x	
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien des Business-to-Business-Marketings. Handlungskompetenz bei der Lösung spezifischer Entscheidungsprobleme im Rahmen einer marktorientierten Gestaltung der Vermarktungsprozesse im Zusammenhang mit innovativen Leistungsbündeln und technischen Gütern.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	- Grundlagen des Business-to-Business Marketing - Markt- und Kundenanalyse (Methoden der Marktforschung, Analyse der Kundenbedürfnisse, Segmentierungskriterien,			

	<p>Produkt-, Technologie- und Kundenlebenszyklus)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategieentwicklung für Industriegüter (Strategisches Business-to-Business Marketing, Strategische Analyseinstrumente, Geschäftstypenmodelle im Industriegütermarketing, Analyse der Wertschöpfungskette, Marketing-Instrumentarium und Marketingplanung) - Technischer Vertrieb (Bedeutung und Aufgaben, Kaufverhalten von Unternehmen, Buying und Selling Center Interaktion) - Besonderheiten des Business-to-Business Marketings (Service Engineering, Qualitätsmanagement, Beschwerdemanagement, Beziehungsmarketing, Kommunikationsentwicklung und -steuerung)
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung. Informationen in Fachforen sowie Übungen über StudyOnline (Online-Campus).</p>
Leistungsnachweis:	<p>B-Prüfung</p>
Voraussetzung für die Teilnahme:	<p>Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen</p>
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Backhaus, K., Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing: Grundlagen des Business-to-Business-Marketings • Backhaus, K., Voeth, M. (2015): Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing • Baumgarth, C., et. al. (2009): B-to-B-Markenführung: Grundlagen - Konzepte - Best Practice • Kleinaltenkamp, M., Saab, S. (2009): Technischer Vertrieb • Pförtsch, W., Godefroid, P. (2013): Business-to-Business-Marketing • Rentzsch, H.-P. (2012): Kundenorientiert verkaufen im Technischen Vertrieb: Erfolgreiches Beziehungsmanagement im Business-to-Business

Name des Moduls:	Management von Innovationsideen			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Die Studierenden können die Voraussetzungen für kreatives Denken bestimmen und die Inhaltselemente der Kreativforschung erläutern. Sie können außerdem die Problemlösungsmodelle und wesentliche Kreativitätstechniken beschreiben und diese auf Innovationsideen anwenden. Sie können die Techniken zur Ideenfindung und dem Generieren von neuem Wissen anwenden. Das Modul vermittelt den Studierenden Kenntnisse zu den Verfahren der Ideengenerierung als Vorarbeit zur Entwicklung neuer Produkte. Die Studierenden kennen die Erfolgsfaktoren eines marktgerichteten Ideenmanagements. Sie können Kreativität als wichtiges Basiselement für die Findung von Innovationsideen und erkennen eventuelle Behinderungen der Kreativität im geschäftlichen Alltag.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen		x	
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien eines Ideenmanagements und der Kreativität im Innovationsprozess. Handlungskompetenz bei der Auswahl und Anwendung von geeigneten Verfahren und Techniken. Erkennen eventueller Hemmnisse und Behinderungen der Kreativität.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Quellen von Innovationsideen und ihre Nutzung - Grundlagen und Gliederung der Kreativitätstechniken - Eventuelle Behinderungen der Kreativität - Ideenfindungs-Workshops - Assoziationstechniken - Konfrontationstechniken - Konfigurationstechniken - Prinzipien der Ideenbewertung und -auswahl - Bewertungsmethoden - Ideen- und Veränderungsmanagement 			
Lehrformen:	Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell)			

	<p>oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen sowie der Vorlesung Innovationsmanagement
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Blumenschein, A., Ehlers, I. U. (2014): Ideen managen: Eine verlässliche Navigation im Kreativprozess • Gadd, K. (2015): TRIZ für Ingenieure: Theorie und Praxis des erfinderischen Problemlösens • Gawlak, M. (2014): Kreativitätstechniken im Innovationsprozess: Von den klassischen Kreativitätstechniken hin zu webbasierten kreativen Netzwerken • Meinel, C., et. al. (2015): Design Thinking Live • Rustler, F., Plambeck, I. (2014): Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation: Das kleine Handbuch der Innovationsmethoden • Winter, S. (2014) Management von Lieferanteninnovationen: Eine Gestaltungsorientierte Untersuchung über das Einbringen und die Bewertung

Name des Moduls:	Innovationsstrategien			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	In diesem Modul lernen die Studierenden die Verwendung und essenzielle Bedeutung von Innovationsstrategien kennen. Außerdem kennen sie die Notwendigkeit von Innovationsstrategien und –leitlinien für erfolgreiche Innovationen. Die Studierenden verstehen, dass Innovationen immer von der Unternehmens- und Innovationskultur geprägt sind. Sie erkennen den Wert einer innovationsfördernden Unternehmenskultur. Außerdem kennen die Studierenden das Prinzip und den Nutzen von Visionen für Innovationen. Sie kennen innovationsrelevante Normstrategien für Wettbewerb und Markteintritt. Sie kennen das Vorgehen zur Identifikation von Innovationsfeldern aus Szenarien und der Suchfeldmatrix heraus. Zudem können Sie strategische Analysemethoden zur Ausgangssituation von Innovationszielen beschreiben und anwenden. Die Studierenden kennen das methodische Vorgehen der Szenariotechnik und können dies zum Festlegen der Richtung bei der Innovationssuche anwenden.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen	x		
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu der Innovationsstrategie und den strategischen Komponenten des Innovationsmanagements. Handlungskompetenz bei der Gestaltung und strategischen Ausrichtung von Innovationsprozessen in global und multinational agierenden Unternehmen. Methodisches Vorgehen mithilfe Visionen, Szenarien und Suchfeldmatrix.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Innovationsstrategie als Teil der Unternehmensstrategie - Idealtypische Innovationsstrategien - Unternehmens- und Innovationskultur - Visionen und Innovationsleitlinien - Unterstützende Methoden (Gap-Analyse, Matrix-Ansätze, Portfolio-Ansätze, SWOT-Analyse) - Trendanalysen, Szenariotechnik - Innovationsstrategie und Markenentwicklung - Formulierung von Innovationsstrategien 			

	<ul style="list-style-type: none"> - Identifizieren potentieller Innovationsfelder - Bewerten und Auswählen von Innovationsfeldern
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Christensen, C. M. (2013): Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail • Granig, P. et. al. (2013): Innovationsstrategien: Von Produkten und Dienstleistungen zu Geschäftsmodellinnovationen • Jöstingmeier, B., Boeddrich, H.-J. (2007): Cross-Cultural Innovation - New Thoughts, Empirical Research, Practical Reports • Mintzberg, H., et.al. (2012): Strategy Safari: Der Wegweiser durch den Dschungel des strategischen Managements • Osterwalder, A., et.al. (2014): Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want • Wehrin, U. (2014): Visionsmanagement: Gestaltung und Umsetzung der Unternehmensvision - über Strategien und gemeinsame Ziele zur Steuerung und Sicherung der künftigen Unternehmensentwicklung

7. Studienbereich wissenschaftliche Spezialisierung (Schwerpunkt Entrepreneurship)

Name des Moduls:	Entrepreneurship			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	<p>Entrepreneurship ist das Ausnutzen unternehmerischer Chancen, sowie die kreativen und gestalterischen unternehmerischen Prozesse bei einer Gründung oder in einer Organisation bei einer Phase unternehmerischen Wandels.</p> <p>Von einer Geschäftsidee bis zur Umsetzung in ein erfolgreiches Unternehmen oder in einen neuen Geschäftsbereich sind mehrere Hürden erfolgreich zu meistern. Zur erfolgreichen Unternehmensgründung und dem Aufbau eines neuen Unternehmens(-zweigs) gehören neben vielen Erfolgsfaktoren auch eine Vielzahl von „weichen“ Charakterzügen eines Entrepreneurs oder Intrapreneurs. Zunächst werden Chancen analysiert und Ideen generiert. Dabei kommen die gelernten Inhalte der Kernfächer zum Tragen und bilden die Basis um potentiell erfolgreiche Geschäftsmodelle zu entwickeln. Auch müssen die grundsätzlichen Ansätze der Geschäftsidee auf Ihre Machbarkeit und Tragfähigkeit überprüft werden. Dazu wird in der Regel ein Grobkonzept erstellt. Dabei geht es vorrangig darum, das Alleinstellungsmerkmal und den Nutzen der Geschäftsidee für den/die potenziellen Kunden darzustellen. Durch die Erstellung des Business-Plans lassen sich Problemfelder rechtzeitig erkennen und entsprechende Maßnahmen zur Problembeseitigung einleiten.</p>			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			x
	Wissensvertiefung		x	
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen		x	
Vermittelte Kompetenzen:	Fach- und Methodenkompetenz zu den Konzepten und Strategien des Ausnutzens unternehmerischer Chancen. Handlungskompetenz bei der Lösung spezifischer Probleme der frühen Phasen des Entrepreneurship. Erkennen möglicher Schwachpunkte in Business-Plänen und Beseitigung dieser.			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	- Grundlagen Entrepreneurship (Bedeutung und Charakteristika			

	<p>von Gründungen für Volkswirtschaft und Unternehmen; Unternehmensdynamik in D / EU); Erscheinungsformen von Entrepreneurship und Intrapreneurship)</p> <p>- Soft Skills von Entrepreneuren (Aus Rückschlägen lernen und stärker werden; Thinking Big; Arbeite an dem Unternehmen, nicht im Unternehmen; Technologien früh adaptieren)</p> <p>- Möglichkeiten entdecken, Ideen kreieren und bewerten (Chancen finden und Ideen generieren; Instrumente/Methoden; Neue Märkte erschließen und entwickeln; Geschäftsmodelle, Wettbewerbs- und Industrieanalyse)</p> <p>- Geschäftsmodelle entwickeln und Machbarkeit überprüfen (Business Canvas; St. Galler Business Model Navigator; Schlechte Geschäftsmodelle sofort wieder einstellen; Wettbewerbs- und Industrieanalyse)</p> <p>- Businessplan Erstellung (Warum ein Businessplan nichts bringt; Warum man trotzdem einen schreiben sollte; Inhalte; Checkliste)</p> <p>- Etablierungsphase / Seedphase (Prototyp / Alpha-Kunde; Formale Gründung; Geschäftseröffnung; Ein bestehendes Unternehmen übernehmen; Joint Venture)</p>
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Barringer, B. R., Ireland, R. D. (2015): Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures • Drucker, P. F. (2006): Innovation and Entrepreneurship • Gassmann, O., et. al. (2013) Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator • Kollmann, T. (2013): E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Net Economy • Pott, O., Pott, A., (2015): Entrepreneurship • Osterwalder, A., et.al. (2014): Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want • Vogelsang, E., et. al. (2015) Existenzgründung und Businessplan: Ein Leitfaden für erfolgreiche Start-ups

Name des Moduls:	Technologiebasierte Unternehmensgründung
	Siehe oben Kapitel 6

Name des Moduls:	New Venture Management			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 180 Std. (6 CP) Lesen und Verstehen (40 %) Selbststudium und Übungen (40 %) Arbeit am PC (10 %) Präsenzunterricht und Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	<p>Viel zu viele junge Unternehmen werden innerhalb den ersten fünf Jahre nach der Gründung wieder geschlossen. Außerdem werden oft bei Unternehmensgründungen die Themen Business Plan und Gründungsformalitäten überproportional betrachtet. Die eigentliche Trennung von Spreu und Weizen geschieht aber durch die Unternehmensführung nach der Gründung – das sogenannte New Venture Management.</p> <p>New Venture Management bezieht sich auf die Führung von jungen Unternehmen, bei der unternehmerische Denkweisen und Fähigkeiten im Mittelpunkt der Betrachtung stehen. Die Studierenden kennen diese und haben sich mit der sehr wichtigen Stabilisierungsphase beschäftigt.</p> <p>Ziel dieses Kurses ist Studierenden dafür zu sensibilisieren und ihnen das Rüstzeug an die Hand zu geben, eine neue Unternehmung erfolgreich zu stabilisieren und kontinuierlich weiter auszubauen. Es ist essentiell auch dieses Modul schon rechtzeitig zu absolvieren, damit man zukünftige Herausforderungen schon kennt und insgesamt auch schon vor der Gründung besser planen kann.</p>			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			x
	Wissensvertiefung		x	
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen	x		
Vermittelte Kompetenzen:	<p>Fach- und Methodenkompetenz zur Führung und dem Ausbau junger Unternehmungen, deren Finanzierung und Lösungen typischer Herausforderungen.</p> <p>Handlungskompetenz bei der Gestaltung und Begleitung des Unternehmenswachstums, des speziellen Marketings und eines möglichen Exits.</p>			
Note der Fachprüfung:	Note der Klausur			
Leistungspunkte:	6 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Stabilisierungsphase - Erscheinungsformen von Venturing (Externes Venture Management; Internes Venture Management) - Ein junges Unternehmen führen (Vision und Vorbildfunktion; Entrepreneurial Projektmanagement; Geistiges Eigentum, 			

	<p>Schutz- und Urheberrechte)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissenstransfer (Wissenstransfer von Entrepreneur auf Mitarbeiter; Anreizsysteme für Mitarbeiter) - Entrepreneurial Finance und Kennzahlensysteme (Cash is King / Liquiditätsmanagement; Unternehmensbesteuerung und Abgaben planen; Crowdfunding; Finanzierungsrunden und Anschluss; Unternehmensbewertung für Übernahmen, Beteiligungsfinanzierung, und Exits; Förderungen für junge Unternehmen in der EU und D) - Exitstrategien - Entrepreneurial Marketing (Unique Selling Proposition (USP); Marktsegmentierung, -auswahl und -positionierung, 4Ps; Branding, PR, Social Media, Kickstarter, Wettbewerbe, u.ä.; Auf die besten Kunden konzentrieren, Problemkunden feuern) - Starkes Wachstum schaffen und führen (Markterweiterung, Lizenzierung und Innovation; Unternehmensübernahmen)
Lehrformen:	<p>Fernstudium auf Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Buch, Studienheft) mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten mit Benotung und qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Fakultativer Präsenzveranstaltungen und/oder virtuelle Seminare zur Vertiefung und Prüfungsvorbereitung (Repetitorium).</p> <p>Informationen in Fachforen sowie Übungen / Übungsklausuren über StudyOnline (Online-Campus)</p>
Leistungsnachweis:	Klausur
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Barringer, B. R., Ireland, R. D. (2015): Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures • Boué, A. R., et. al. (2012): Basiswissen Private Equity: Was Praktiker über externe Eigenkapitalfinanzierung wissen müssen • Carstens, J., Schramm, D. M. (2014): Startup-Crowdfunding und Crowdfunding: Ein Guide für Gründer - Mit Kapital aus der Crowd junge Unternehmen online finanzieren • Feld, B., Mendelson, J., (2012): Venture Deals: Be Smarter Than Your Lawyer and Venture Capitalist • Freiling, J., Kollmann, T., (2015): Entrepreneurial Marketing • Meyer, M. H., Crane, F., G., (2013): New Venture Creation: An Innovator's Guide to Entrepreneurship • Nijssen, E. (2014): Entrepreneurial Marketing • Scarborough, N. M., et. al. (2015) Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management

8. Module mit wissenschaftlicher Anwendungsorientierung

Projektstudium

Name des Moduls:	Vertiefung Produkt- und Life-Cycle-Management			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr.-Ing. Dirk Ostermayer			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (20 %) Selbststudium und Übungen (60 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Wettbewerbsfähige Produkte bilden die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen. Voraussetzung dafür ist, dass durch ein systematisches Innovations- und Produktmanagement alle produktbezogenen Maßnahmen eines Unternehmens von der Entwicklung marktgerechter und kundenorientierter Produkte bis hin zur optimalen Gestaltung des Produktlebenszyklus effektiv und effizient durchgeführt werden. Die Studierenden erlangen dazu vertiefte Kenntnisse, die sich auf konkrete Problemstellungen realer Unternehmen beziehen. Sie erhalten so eine anwendungsorientierte Ergänzung zu den eher theoretischen Ausführungen aus dem Studium des Schwerpunktbereichs. Sie kennen insbesondere die diesbezüglichen spezifischen Bedingungen für in Business-to-Business-Märkten tätige Unternehmen.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			X
	Wissensvertiefung			X
	Instrumentale Kompetenzen			X
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	X		
Vermittelte Kompetenzen:	Korrespondierend mit dem zugehörigen Modul aus dem Schwerpunktbereich der wissenschaftlichen Spezialisierung. Intensivierung der Handlungskompetenz über die wissenschaftliche Bearbeitung definierter Anwendungsszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Szenarien im Kontext - Innovations- und Produktmanagement - Strategische Planung im Innovations- und Neuproduktmanagement - Produktideen und -konzeption - Produktentwicklung und Markterprobung - Lifecycle-Management - Organisation des Innovations- und Produktmanagements			
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial			

	(Studienhefte) und Anwendung vorheriger Lerninhalte mit Hilfe wissenschaftlichen Arbeitsmethoden; mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung. Informationen über StudyOnline (Online-Campus) sowie durch eigene Literaturrecherche.
Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen sowie der Module des Kernbereichs
Literatur:	Siehe Wahlpflichtbereich, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.

Name des Moduls:	Vertiefung Prozessmanagement			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr.-Ing. Dirk Ostermayer			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (20 %) Selbststudium und Übungen (60 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Die Prozesse eines Unternehmens sind die Basis für dessen Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit. In den Prozessen stecken Potenziale zur Steigerung von Effizienz und/oder Effektivität. Über die Qualität der Unternehmensprozesse wird so auch der Wettbewerb um Marktanteile entschieden. Die Studierenden erwerben im gewählten Schwerpunktbereich Kenntnisse zum Werkzeug- und Methodeneinsatz zur effektiven und effizienten Strukturierung, Gestaltung und kontinuierlichen Weiterentwicklung von Unternehmensprozessen und wenden dieses Wissen nun anhand konkreter Szenarien an. Sie werden methodisch und anwendungsorientiert zur Analyse, Strukturierung und Entwicklung der Unternehmensprozesse qualifiziert. Als künftige Prozessverantwortliche können sie die Verbesserungspotenziale identifizieren und zum Nutzen des Unternehmens ausschöpfen. Sie können überdies darüber wachen, dass in den Unternehmen das Prozessdenken eine hohe Priorität bekommt und so mithelfen, dass hochwertige Prozesse unter Vermeidung von Ressourcenverschwendung im Einsatz sind.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			
	Wissensvertiefung			
	Instrumentale Kompetenzen			
	Systemische Kompetenzen			
	Kommunikative Kompetenzen			
Vermittelte Kompetenzen:	Korrespondierend mit dem zugehörigen Modul aus dem Schwerpunktbereich der wissenschaftlichen Spezialisierung. Intensivierung der Handlungskompetenz über die wissenschaftliche Bearbeitung definierter Anwendungsszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Szenarien im Kontext - Wertschöpfungsmanagement - Optimierung der Prozessausrichtung - Prozess- und Mitarbeiterorientierung - Prozess- und Kundenorientierung - Prozesscontrolling - Kontinuierliche Verbesserung - Analyse und Anforderungsdefinition - Organisationsübergreifende Prozessgestaltung			

Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) und Anwendung vorheriger Lerninhalte mit Hilfe wissenschaftlichen Arbeitsmethoden; mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung. Informationen über StudyOnline (Online-Campus) sowie durch eigene Literaturrecherche.
Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen sowie der Module des Kernbereichs.
Literatur:	Siehe Wahlpflichtbereich, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.

Name des Moduls:	Vertiefung Lean Six Sigma			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. rer. nat. Michael Haag			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (20 %) Selbststudium und Übungen (60 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Effizienz in Geschäfts- und Produktionsprozessen, effektive und optimierte Managementsysteme sowie ein zukunftsorientiertes Veränderungsmanagement werden durch den Einsatz vielfältiger neuer Elemente der Organisationsentwicklung realisiert. Lean Six Sigma gehört dazu und verbindet Lean Management und Six Sigma, um an der Wertschöpfung und damit am Kunden ausgerichtete Prozessverbesserungen zu erreichen und zu implementieren. Die Studierenden kennen die Grundlagen von Lean Six Sigma, das Vokabular und die Grundkonzepte aus dem Studium der Module im Schwerpunktbereich. Sie können nun dieses Wissen konkret anwenden und die erlernten Konzepte und Methoden erfolgreich in Unternehmen nutzen, um eine reale Arbeitsumgebung zu verbessern.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen		x	
Vermittelte Kompetenzen:	Korrespondierend mit dem zugehörigen Modul aus dem Schwerpunktbereich der wissenschaftlichen Spezialisierung. Intensivierung der Handlungskompetenz über die wissenschaftliche Bearbeitung definierter Anwendungsszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Szenarien im Kontext „Vom Ist- zum Soll-Prozess“: - Beschreibung - Messung - Analyse - Verbesserung - Überwachung von Geschäftsvorgängen mit statistischen Mitteln unter Beachtung relevanter Kenngrößen			
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) und Anwendung vorheriger Lerninhalte mit Hilfe wissenschaftlichen Arbeitsmethoden; mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung. Informationen über StudyOnline (Online-Campus) sowie durch eigene			

	Literaturrecherche.
Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen sowie der Module des Kernbereichs.
Literatur:	Siehe Wahlpflichtbereich, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.

Name des Moduls:	Vertiefung F&E-Management			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (20 %) Selbststudium und Übungen (60 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Für produzierende Unternehmen wird es gerade in gesättigten Märkten immer wichtiger, sich mit innovativen Produkten vom Wettbewerb zu differenzieren. Eine effektive und effiziente Forschung und Entwicklung (F&E) wird damit zum kritischen Erfolgsfaktor im Wettbewerb. Die Studierenden sollen nach dem Studium des Schwerpunktbereichs ein grundlegendes Verständnis der Aufgaben und Problemstellungen des F&E-Managements mit Schwerpunkt auf dem industriellen Entwicklungsmanagement erwerben und dieses Wissen auf konkrete Aufgabenstellungen anwenden können. F&E-Management begleitet den gesamten Produktentstehungsprozess von der Innovation über das F&E-Projektmanagement bis zur Markteinführung. Eine Bearbeitung der daraus resultierenden Fragestellungen ist Inhalt dieser Vertiefung.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen	x		
Vermittelte Kompetenzen:	Korrespondierend mit dem zugehörigen Modul aus dem Schwerpunktbereich der wissenschaftlichen Spezialisierung. Intensivierung der Handlungskompetenz über die wissenschaftliche Bearbeitung definierter Anwendungsszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Fallstudien, Anwendungen und / oder Szenarien im Kontext: - Instrumenten- und Methodeneinsatz der F&E-Planung - F&E-Projektmanagement - F&E-Controlling - Organisationsentwicklung und F&E im Unternehmen - Externe F&E - Forschungsfinanzierung und –förderung Bzw. andere Fragestellungen analog dem Inhalt des Moduls F&E Management			
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) und Anwendung vorheriger Lerninhalte mit Hilfe wissenschaftlichen Arbeitsmethoden; mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung. Informationen über StudyOnline (Online-Campus) sowie durch eigene			

	Literaturrecherche.
Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen, der Module des Kernbereichs sowie des Moduls F&E-Management.
Literatur:	Siehe Wahlpflichtbereich Modul F&E-Management, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.

Name des Moduls:	Vertiefung Technologiebasierte Unternehmensgründung			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (20 %) Selbststudium und Übungen (60 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	<p>Gute, zukunftssträchtige technologische Ideen sind eine vielversprechende Basis innovativer Unternehmensgründungen. Technologieorientierte Unternehmen, deren Produkte beziehungsweise Dienstleistungen auf einer neuen technologischen Idee oder auf Forschungsergebnissen basieren, gelten als Beschleuniger des Strukturwandels und führen zu einer ständigen Belebung des Wettbewerbs. Dem Markteintritt gehen aber in der Regel auch umfangreiche technische Entwicklungsarbeiten voraus.</p> <p>Doch die Besonderheiten einer technologieorientierten Unternehmensgründung erfordern sorgfältige Planung. Dem Business-Plan kommt daher eine zentrale Bedeutung zu, um Risiken zu minimieren und Chancen besser nutzen zu können. Auch die Finanzierung und damit verbundene Probleme sind für innovative Gründer ein kritischer Erfolgsfaktor. Hervorgehoben werden speziell die besonderen Herausforderungen einer technologiebasierten Unternehmensgründung, sowie der konkreten Finanzierungsanforderungen im High-Tech Bereich.</p> <p>In der Vertiefung sollen die Studierenden sich eingehend mit der Strukturierung und Vorbereitung der für die technologiebasierten Unternehmensgründung relevanten Gebiete beschäftigen und die im Studium des Schwerpunktbereichs erlernten Kompetenzen anwenden.</p>			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen	x		
Vermittelte Kompetenzen:	Korrespondierend mit dem zugehörigen Modul aus dem Schwerpunktbereich der wissenschaftlichen Spezialisierung. Intensivierung der Handlungskompetenz über die wissenschaftliche Bearbeitung definierter Anwendungsszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Fallstudien, Anwendungen und / oder Szenarien im Kontext: - Gründungsphasen - Marktuntersuchung und -segmentierung - Marketingkonzeption - Ausarbeitung eines Businessplans			

	<ul style="list-style-type: none">- Investitionsbedarfs- und Finanzierungsplanung- Förderbeantragung- Erfolgsfaktorenmodell Bzw. andere Fragestellungen analog dem Inhalt des Moduls Technologiebasierte Unternehmensgründung.
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) und Anwendung vorheriger Lerninhalte mit Hilfe wissenschaftlichen Arbeitsmethoden; mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung. Informationen über StudyOnline (Online-Campus) sowie durch eigene Literaturrecherche.
Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen, der Module des Kernbereichs sowie des Moduls Technologiebasierte Unternehmensgründung.
Literatur:	Siehe Wahlpflichtbereich, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.

Name des Moduls:	Vertiefung Patentstrategien und –recht			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr.-Ing. Jürgen Deicke			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (20 %) Selbststudium und Übungen (60 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Wichtige Aufgaben im Zusammenhang mit der Patentpolitik von Unternehmen sind die Formulierung der eigenen Patent- und Patentanmeldestrategie, aber auch die Erkennung der Patentstrategien der wichtigsten Wettbewerber. Die Erkennung und Verfolgung der Patentstrategie ist mit einem entsprechenden Arbeitsaufwand verbunden. Sie hat aber den Vorteil, dass ein Unternehmen frühzeitig über die zu erwartenden Produkte und Technologien seiner Wettbewerber informiert sein kann. Die Studierenden kennen die hier wichtigen Patent- und Patentanmeldestrategien und können als Basis für eine Bewertung geeignete Patentrecherchen durchführen. Sie können außerdem ihre in den Modulen des Schwerpunktbereichs erworbenen Kenntnisse über Schutzrechts- und Anmeldestrategien sinnvoll anwenden. Über konkrete Fallbearbeitungen können sie relevante Schutzrechts- und Anmeldestrategien mit Blick auf Unternehmen formulieren und auch kostenseitig erläutern. Die Studierenden können geeignete Gestaltungsempfehlungen erarbeiten, um eine Integration von Patentstrategien in die Unternehmensstrategie vornehmen zu können.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			X
	Wissensvertiefung			X
	Instrumentale Kompetenzen			X
	Systemische Kompetenzen		X	
	Kommunikative Kompetenzen	X		
Vermittelte Kompetenzen:	Korrespondierend mit dem zugehörigen Modul aus dem Schwerpunktbereich der wissenschaftlichen Spezialisierung. Intensivierung der Handlungskompetenz über die wissenschaftliche Bearbeitung definierter Anwendungsszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Szenarien im Kontext - Patentstrategie - Patentanmeldung - Patentrecherche			
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) und Anwendung vorheriger Lerninhalte mit Hilfe wissenschaftlichen Arbeitsmethoden; mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung. Informationen über StudyOnline (Online-Campus) sowie durch eigene			

	Literaturrecherche.
Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen sowie der Module des Kernbereichs.
Literatur:	Siehe Wahlpflichtbereich, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.

Name des Moduls:	Vertiefung Markt- und Projektmanagement			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (20 %) Selbststudium und Übungen (60 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	<p>Die Studierenden erhalten im Rahmen der Vertiefung Kenntnisse über die Vermarktungsbesonderheiten der Geschäftstypen des Industriegütermarketings anhand geeigneter Szenarien und konkreter Untersuchungen der (eigenen) Unternehmensrealität im Business-to-Business Marketing. Sie können Kernvermarktungsprobleme des jeweiligen Geschäftstyps identifizieren und thematisieren und Gestaltungsempfehlungen erarbeiten. Dazu gehören die systematisierte Darstellung von Entscheidungsgrundlagen, die wichtigsten Elemente der Organisationsgestaltung, Marktanalysen, quantitative Entscheidungsfindung (z.B. Preise, Kosten) sowie der Instrumenteneinsatz im Marketing-Mix.</p> <p>In der Vertiefung sollen die Studierenden sich eingehend mit dem Business-to-Business Marketing und der Marktmanagement relevanten Gebiete beschäftigen und die im Studium des Schwerpunktbereichs erlernten Kompetenzen anwenden.</p>			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen	x		
Vermittelte Kompetenzen:	Korrespondierend mit dem zugehörigen Modul aus dem Schwerpunktbereich der wissenschaftlichen Spezialisierung. Intensivierung der Handlungskompetenz über die wissenschaftliche Bearbeitung definierter Anwendungsszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<p>Fallstudien, Anwendungen und / oder Szenarien im Kontext:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Business-to-Business Marketing - Organisationales Beschaffungsverhalten und Buying-Center - Strategische Ausrichtung und Strategiefindung - Markt- und Projektmanagement in bestimmten Sektoren (Produkt-, Anlagen-, System-, Zulieferergeschäft u.a.) <p>Bzw. andere Fragestellungen analog dem Inhalt des Moduls Markt- und Projektmanagement.</p>			
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) und Anwendung vorheriger Lerninhalte mit Hilfe			

	wissenschaftlichen Arbeitsmethoden; mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung. Informationen über StudyOnline (Online-Campus) sowie durch eigene Literaturrecherche.
Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen, der Module des Kernbereichs sowie des Moduls Markt- und Projektmanagement.
Literatur:	Siehe Wahlpflichtbereich, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.

Name des Moduls:	Vertiefung Management von Innovationsideen			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (20 %) Selbststudium und Übungen (60 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	<p>Das Management in der Phase der Konzeptfindung im Innovationsprozess besteht darin, den Prozessablauf selbst festzulegen und für die einzelnen Schritte geeignete Methoden auszuwählen und einzusetzen. Dabei soll die Kreativität nicht eingeschränkt werden, allerdings die Ideenfindung in vorher abgesteckten Rahmen bleiben. Dazu gehört auch die Bestimmung der organisatorischen Einheiten, die im Prozess mitwirken sollen. Die gewählten spezifischen Methoden kommen dann entsprechend zum Einsatz.</p> <p>Die Studierenden haben während des Studiums des Schwerpunktbereichs gelernt, dass sich die Ideengenerierung an strategischen Vorgaben und den identifizierten Suchfeldern orientieren soll. Beispiele sind Produkt- und Anwendungsfelder, bestimmte Funktionalitäten, Kernkompetenzen, Eigenschaften von Marktsegmenten und Technologieschwerpunkte. Sie sollen die im Studium des Schwerpunktbereichs erlernten Kompetenzen anwenden. Abgestimmt auf verschiedene (eigene) Unternehmenssituationen können die Studierenden nun eine Prozessplanung im Hinblick auf kreative Ideengenerierung, das Ideenmanagement und den Einsatz von Methoden und Techniken vorbereiten und durchführen sowie entsprechende Veranstaltungen planen, moderieren und leiten und abschließend evaluieren.</p>			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen		x	
Vermittelte Kompetenzen:	Korrespondierend mit dem zugehörigen Modul aus dem Schwerpunktbereich der wissenschaftlichen Spezialisierung. Intensivierung der Handlungskompetenz über die wissenschaftliche und / oder praktische Bearbeitung definierter Anwendungsszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Fallstudien, Anwendungen und / oder Szenarien im Kontext: - Bestimmung der Quellen von Innovationsideen - Auswahl geeigneter Techniken			

	<ul style="list-style-type: none">- Ideenbewertung und -auswahl- Planung und Gestaltung von Ideenfindungs-Workshops- Auswertung und Dokumentation Bzw. andere Fragestellungen analog dem Inhalt des Moduls Management von Innovationsideen.
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) und Anwendung vorheriger Lerninhalte mit Hilfe wissenschaftlichen Arbeitsmethoden; mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung. Informationen über StudyOnline (Online-Campus) sowie durch eigene Literaturrecherche.
Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen, der Module des Kernbereichs, sowie des Moduls Management von Innovationsideen.
Literatur:	Siehe Wahlpflichtbereich, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.

Name des Moduls:	Vertiefung Innovationsstrategien			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (20 %) Selbststudium und Übungen (60 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	<p>Visionen und Innovationsstrategien erhöhen sowohl die Effektivität, als auch die Effizienz des Innovationsmanagements. Zielgerichtete Innovationen erfordern Innovationstrategien und -leitlinien, mit denen man auf die Unternehmensstrategie ausgerichtet, Innovationsideen erarbeiten, bewerten und später dann zielstrebig umsetzen kann. Zudem wird eine ständige und dauerhafte Zusammenarbeit mit Marktpartnern (Zulieferer, Kunden, Konkurrenten und Forschungseinrichtungen) immer wichtiger, wie auch der immer öfter praktizierte Ansatz des Open Innovation zeigt.</p> <p>Auf der Basis ihrer Kenntnisse aus dem Studium des Schwerpunktbereichs können die Studierenden die optimale innovationsstrategische Ausrichtung für ein/ihr Unternehmen erarbeiten und ausführlich begründen. Sie können die große Bedeutung von Innovationstrategien und -leitlinien vertreten, Einzelvisionen zu Gesamtvisionen zusammenfassen und diese als Basis für das Innovationsmanagement positionieren.</p>			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen		x	
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen		x	
Vermittelte Kompetenzen:	Korrespondierend mit dem zugehörigen Modul aus dem Schwerpunktbereich der wissenschaftlichen Spezialisierung. Intensivierung der Handlungskompetenz über die wissenschaftliche Bearbeitung definierter Anwendungsszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<p>Fallstudien, Anwendungen und / oder Szenarien im Kontext:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innovationsstrategiebasis (Unternehmensstrategie) - Bestimmung der Innovationsstrategien - Methodeneinsatz (Matrix-Ansätze, Portfolio-Ansätze u.a.) - Einsatz von Techniken - Begründung und Dokumentation <p>Bzw. andere Fragestellungen analog dem Inhalt des Moduls Innovationsstrategien.</p>			
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) und Anwendung vorheriger Lerninhalte mit Hilfe			

	wissenschaftlichen Arbeitsmethoden; mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung. Informationen über StudyOnline (Online-Campus) sowie durch eigene Literaturrecherche.
Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen, der Module des Kernbereichs, sowie des Moduls Innovationsstrategien.
Literatur:	Siehe Wahlpflichtbereich, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.

Name des Moduls:	Vertiefung Entrepreneurship			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (20 %) Selbststudium und Übungen (60 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	Die Studierenden verstehen den Ansatz des Entrepreneurships und sind in der Lage, einen Business-Plan für verschiedene Szenarien als Übersicht über das geplante Unternehmen, die Geschäftsidee, die Ziele und die Geschäftsstrategie zu erstellen. Dazu gehören auch weitere Gebiete aus dem Grundmodul, wie die Geschäftsideenfindung oder die qualitative Bewertung einer vorhandenen Idee.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen		x	
Vermittelte Kompetenzen:	Korrespondierend mit dem zugehörigen Modul aus dem Schwerpunktbereich der wissenschaftlichen Spezialisierung. Intensivierung der Handlungskompetenz über die wissenschaftliche Bearbeitung definierter Anwendungsszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Fallstudien, Anwendungen und / oder Szenarien im Kontext: <ul style="list-style-type: none"> • Ideensuche, -kreierung und -bewertung • Geschäftsmodelle, Wettbewerbs- und Industrieanalyse • Businessplan Erstellung • Gründungsspezifische Fragestellungen 			
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) und Anwendung vorheriger Lerninhalte mit Hilfe wissenschaftlichen Arbeitsmethoden; mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung. Informationen über StudyOnline (Online-Campus) sowie durch eigene Literaturrecherche.			
Leistungsnachweis:	B-Prüfung			
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen sowie der Module des Kernbereichs.			
Literatur:	Siehe Wahlpflichtbereich, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.			

Name des Moduls:	Vertiefung New Venture Development			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Frank Bescherer			
Workload:	Summe: 120 Std. (4 CP) Lesen und Verstehen (20 %) Selbststudium und Übungen (60 %) Arbeit am PC (10 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	<p>Die Studierenden verstehen den Ansatz des New Venture Management, sowie dessen spezielle Finanzierung und spezielles Marketing. Sie kennen die für eine Marktpräsenz erforderlichen Aktivitäten des zugehörigen Marketings und sind in der Lage, die Inhalte und Methoden des Moduls New Venture Management auf konkrete Fälle anzuwenden.</p> <p>Dazu gehören auch weitere Gebiete aus dem Spezialisierungsmoduls, wie Förderungsanalysen, Crowdfunding-Kampagnen, Bewertung von Unternehmensübernahmen u.ä. Es ist ausdrücklich gewünscht – falls geschehen – eine in der Vertiefung Entrepreneurship entwickelte und analysierte Idee, in dieser Vertiefung weiterzuentwickeln.</p>			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		x	
	Wissensvertiefung			x
	Instrumentale Kompetenzen			x
	Systemische Kompetenzen			x
	Kommunikative Kompetenzen		x	
Vermittelte Kompetenzen:	Korrespondierend mit dem zugehörigen Modul aus dem Schwerpunktbereich der wissenschaftlichen Spezialisierung. Intensivierung der Handlungskompetenz über die wissenschaftliche Bearbeitung definierter Anwendungsszenarien.			
Note der Fachprüfung:	Note der B-Prüfung			
Leistungspunkte:	4 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	<p>Fallstudien, Anwendungen und / oder Szenarien im Kontext:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internes Venture Management (Product Champions, Skunkworks, Venture Team) • Entrepreneurial Finance • Corporate Venture Capital • Crowdfunding-Kampagnen • Entrepreneurial Marketing <p>und weitere relevante Themenstellungen</p>			
Lehrformen:	Fernstudium auf der Basis von schriftlichem Lehrmaterial (Studienhefte) und Anwendung vorheriger Lerninhalte mit Hilfe wissenschaftlichen Arbeitsmethoden; mit begleitender tutorieller Betreuung sowie Einsendearbeiten mit Benotung. Informationen über StudyOnline (Online-Campus) sowie durch eigene Literaturrecherche.			

Leistungsnachweis:	B-Prüfung
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen sowie der Module des Kernbereichs.
Literatur:	Siehe Wahlpflichtbereich, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.

Name des Moduls:	Projektarbeit			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Modulverantwortliche der tangierten Schwerpunktbereiche			
Prüfer und Lehrpersonal:	Vom Prüfungsausschuss bestellte Betreuer			
Workload:	Summe: 240 Std. (8 CP) Projektarbeit (80 %) Dokumentation (15 %) Präsentation inkl. Vorbereitung (5 %) Prüfungen (10 %)			
Lernziel des Moduls:	<p>Problem- und zielorientiertes Lernen und Arbeiten im Team:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Umsetzen und Anwenden von interdisziplinärem Fachwissen - Eigenverantwortlichkeit - Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit <p>Fähigkeit, die Ergebnisse zielorientiert dokumentieren und sich selbst, die Teamarbeit und das Teamergebnis präsentieren zu können.</p>			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung			
	Wissensvertiefung			
	Instrumentale Kompetenzen			
	Systemische Kompetenzen			
	Kommunikative Kompetenzen			
Vermittelte Kompetenzen:	<p>Handlungskompetenz (Selbstorganisation, Lernfähigkeit, produktives Verhalten, aktive Handlungsfähigkeit, Integration unterschiedlicher Fähigkeiten und Erfahrungen)</p> <p>Fach- und Methodenkompetenz (selbstorganisierte Handlungsfähigkeit bei der Lösung von Sachproblemen, kreative Problemlösung mit fachlichen und instrumentellen Kenntnissen, sinnvoller Einsatz und Bewertung von Wissen)</p> <p>Sozialkompetenz (kreative Auseinandersetzung mit anderen, gruppen- und beziehungsorientiertes Verhalten, Entwicklung neuer Aufgaben und Ziele)</p>			
Note der Fachprüfung:	Die Bewertung der wissenschaftlichen, anwendungsorientierten Tätigkeit, der schriftlichen Dokumentation und der Präsentation gehen in die Gesamtnote der Projektarbeit ein.			
Leistungspunkte:	8 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
Inhalte:	Weitgehend selbstständige Bearbeitung einer Projektaufgabe aus dem Kontext der Schlüsselkompetenzen und Spezialisierungen in Gruppen. Es können dafür verschiedene Methoden und Diskurse gewählt werden (Modell oder Konzeptentwicklung, Optimierung, Untersuchung, Gestaltungsempfehlungen etc.). Wert gelegt wird auf eine interdisziplinäre Herangehensweise, die nach Möglichkeit anteilig und in ausreichendem Maß die für das Studium bestimmten Kompetenzfelder mit einbezieht. Gegenstand dieser Projekte			

	<p>sind Analyse, Planung, Konzeption, Gestaltung, Entwicklung, Einsatz und Bewertung von Lösungen für den Praxiseinsatz. Im Rahmen der Projektarbeit ist ein Auslandspraktikum geplant (fakultativ).</p> <p>Mit der Projektarbeit weisen die Studierenden nach, dass sie in der Lage sind, eine übergreifende Fragestellung unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten anwendungsorientiert zu bearbeiten. Sie vertiefen damit ihre Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz.</p> <p>In der Abschlusspräsentation zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, mit Unterstützung und unter Zuhilfenahme professioneller Präsentations- und Moderationstechniken einem Fachpublikum Inhalte auf einem entsprechenden wissenschaftlichen Niveau zu vermitteln. Es wird dabei eine Strukturierung der Argumentation und des Lösungswegs erwartet und die Studierenden müssen ihr Gesamtkonzept begründen und auch bei kritischer Fragestellung seitens der Gutachter verteidigen können.</p>
Lehrformen:	<p>Fernstudium mit begleitender tutorieller Betreuung (individuell oder in virtuellen Gruppen) sowie Einsendearbeiten für jeden Meilenstein mit qualifizierter Rückmeldung.</p> <p>Projektarbeit mit Präsenzanteil, E-Learning, dadurch obligatorische Präsenzveranstaltungen und virtuelle Teamarbeit zur Vertiefung und Vorbereitung.</p> <p>Präsentation und Abschlussarbeit mit qualifizierter Rückmeldung.</p>
Leistungsnachweis:	Schriftliche Dokumentation und Präsentation
Voraussetzung für die Teilnahme:	Studium der Module zu Methodenkompetenz und Entscheidungsgrundlagen.
Literatur:	<p>Siehe Wahlpflichtbereich, zusätzlich eigenständige Recherche entsprechend der gewählten Ausrichtung.</p> <p>Informationen sowie Projektbeschreibungen zur Projektarbeit werden über StudyOnline zur Verfügung gestellt.</p>

Masterarbeit

	Master Thesis inkl. Kolloquium			
Dauer des Moduls:	1 Leistungssemester			
Modulverantwortlich:	Dekan des Fachbereichs			
Prüfer und Lehrpersonal:	Vom Prüfungsausschuss bestellte Betreuer			
Lernziel des Moduls:	Die Master Thesis soll zeigen, dass der Studierende in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine weiterführende Fragestellung aus dem Kontext des Studiengangs selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.			
Kompetenzprofil:	Kompetenzen \ Ausprägung	+	++	+++
	Wissensverbreiterung		X	
	Wissensvertiefung			X
	Instrumentale Kompetenzen			X
	Systemische Kompetenzen			X
	Kommunikative Kompetenzen			X
Leistungspunkte:	30 CP nach Bestehen der Fachprüfung			
1. Teil des Moduls: Master Thesis				
Ziel:	Ziel ist es, die erworbenen Fähigkeiten und insbesondere die Problemlösungskompetenz an einer wissenschaftlichen Aufgabenstellung zu beweisen und den Lösungsweg zu dokumentieren.			
Inhalte:	Im Rahmen der Master Thesis werden – auf wissenschaftlicher Basis – anspruchsvolle (Modell)Entwicklungsprojekte oder eine Konzepterarbeitung durchgeführt.			
Workload:	Projektarbeit (85 %) Dokumentation (15 %)			
Lehrformen:	Betreute wissenschaftliche Arbeit			
Leistungsnachweis:	Wissenschaftliche Tätigkeit, schriftliche Dokumentation und Kolloquium.			
Voraussetzung für die Teilnahme:	Siehe Studien- und Prüfungsordnung			
2. Teil des Moduls: Kolloquium				
Ziel:	Verteidigung der Master Thesis			
Inhalte:	Präsentation und Gespräch über das Thema der Master Thesis			
Workload:	Vorbereitung und Durchführung des Abschlusskolloquiums			
Lehrformen:	Betreute wissenschaftliche Arbeit			
Leistungsnachweis:	Kolloquium/mündliche Prüfung			
Voraussetzung für die Teilnahme:	Erfolgreiche Durchführung der Master Thesis			