



Modulhandbuch

Strategisches Management

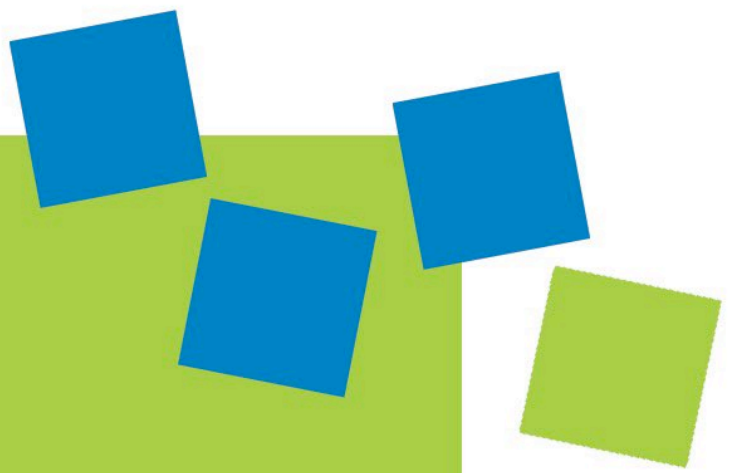
(Berufsbegleitender Bachelorstudiengang)

(SPO WS 19/20)

School of Business and Technology

Wintersemester 2025/26

Stand: 07.10.2025



Inhalt

1 Vorstellung Studiengang	4
STUDIENGANG	5
2 Modulbeschreibungen	7
2.1 Allgemeine Pflichtfächer	8
Grundlagen der Betriebswirtschaft	9
Produktionsplanung/Logistik	11
Kosten- und Leistungsrechnung	13
Personalführung	15
Mathematik und Statistik	17
Englisch	19
Grundlagen I: TQM Excellence	21
Präsentations- und Moderationstechniken	23
Führung I: Selbst- / Zeitmanagement	25
Prozesse I: Produktionsmanagement	27
Grundlagen II: EFQM	29
Führung II: Veränderungsmanagement	32
Teamarbeit	35
Prozesse II: Einkaufsmanagement	37
Partnerschaft I: Finanzmanagement	39
Prozesse III: Lean Management	41
Strategie / Vision / Werte	43
Prozesse IV: Six Sigma	46
Partnerschaften II: Lieferantenmanagement	48
Prozesse V: Office Excellence	50
Controlling	52
Prozesse VI: Supply Chain Management	54
Logistikmanagement	56
Prozesse VII: TPM	58
Kreativität und Innovation	60
Prozesse VIII: Marketingmanagement	63
Personalmanagement	65
International Business	67
1. Praktisches Studiensemester	69
2. Praktisches Studiensemester	71
Bachelorarbeit	73
2.2 Wahlpflichtbasismodule	75
Arbeitstechnik	76
Elektrotechnik	78
Fertigungstechnik	80
Kommunikationstechnik	82
Naturwissenschaftliche Grundlagen	84
Organisation und Betriebsmanagement	86
Projektplanung	88

Prozessorganisation	90
Qualitäts-, Umwelt- und Gesundheitsmanagement	92
Qualitätstechnik	94
Sozial-, Arbeits- Wirtschaftsrecht	96
Verfahrenstechnik	98
Werkstofftechnik	100

1 Vorstellung Studiengang

STUDIENGANG			
Kurzform:	SMA	SPO-Nr.:	HSAN-20192
Studiengangleitung:	Professor Dr.-Ing. Stefan Slama		
Studienfachberatung:	Professor Dr.-Ing. Stefan Slama		
ECTS:	210 Punkte		
Regelstudienzeit:	11 Semester		
Teilnahmevoraussetzung:	Befähigt sind qualifizierte Berufstätige, d.h. Absolventen/innen der Meisterprüfung (z.B. Industriemeister) oder einer gleichgestellten Fortbildungsprüfung sowie Absolventen/innen von Fachschulen und Fachakademien (z.B. Techniker, Technische Betriebswirte, Fachwirte, Fachkaufleute) sowie Personen mit mindestens zweijähriger Berufsausbildung und anschließender mindestens dreijähriger Berufspraxis, jeweils in einem dem Studiengang fachlich verwandten Bereich oder Personen mit allgemeiner Hochschulreife oder Fachhochschulreife. Zusätzlich ist der Nachweis einer praktischen Tätigkeit von mindestens einem Jahr erforderlich.		
Verwendbarkeit:	Bachelor Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Das allgemeine Ziel des Studiums zum Bachelor Strategisches Management ist es, dem Absolventen die Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz zu vermitteln, die zu selbständiger Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Verfahren sowie zu verantwortlichem Handeln in der Wirtschaft und Gesellschaft notwendig sind. Das Studium soll bei den Studierenden die Voraussetzungen schaffen Betriebe in wirtschaftlicher Hinsicht weiterzuentwickeln, um bestmöglich auf die Kundenanforderungen reagieren zu können. Die konkrete Zielsetzung dieses Bachelorstudienganges ist es, den Absolventen die Philosophie einer Operational Excellence für das Unternehmen, insbesondere deren betrieblicher Abläufe, zu vermitteln. Dabei liegt die Konzentration auf dem Prozess- und Methodenwissen, um Verluste und Verschwendung in der industriellen Produktion sowie in administrativen Prozessen erkennen und beseitigen zu können. Das Studium soll bei den Absolventen das dazu notwendige Hintergrundverständnis schaffen sowie die Studierenden mit den erforderlichen Interaktions-, Kommunikations- und Handlungsmustern ausstatten. Weiterhin werden technologische und administrative Vorgehensweisen erklärt und diese unmittelbar praktisch angewandt. Über dies hinaus werden die erforderlichen Soft Skills im Umgang mit den Mitarbeitern vermittelt, die eine Umsetzung der Philosophie und Methoden im betrieblichen Bereich eines Unternehmens sicherstellen. Absolventen des Studienganges sind als interne Berater und Begleiter in der Lage Ihre Unternehmen in Richtung Operational Excellence mit Hilfe von strukturierten Verbesserungsprozessen weiterzuentwickeln. 1 ECTS hat eine Lernbelastung von 25 Stunden à 60 min.			
Inhalt:			
Die Regelstudienzeit in diesem berufsbegleitenden Studiengang Strategisches Management (SMA) beträgt 11 Semester. Das Studium ist in folgende Modulgruppen gegliedert: • Basismodule (60 ECTS) bestehend aus: - 6 Pflichtmodule (30 ECTS).			

- 8 Wahlpflichtmodule I (davon mind. 4 zu belegen) und

- 5 Wahlpflichtmodule II (davon mind. 1 zu belegen)

Es müssen in den Wahlpflichtmodulen I + II in Summe mindestens 6 Module (30 ECTS) belegt werden.

In den Basismodulen bestehen Anrechnungsmöglichkeiten, insbesondere für Studierende mit beruflicher Fortbildung.

- 22 Aufbaumodule (110 ECTS)
- 2 Praktische Studiensemester (je 15 ECTS)
- Bachelorarbeit (10 ECTS)

Neben der Vermittlung von theoretischem Grundlagenwissen und Grundfähigkeiten werden anwendungsbezogene Probleme der Berufspraxis analysiert und Lösungen für diese Probleme entwickelt. Dies geschieht auf Grundlage von Projektaufgaben in den verschiedenen Modulen, die in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Unternehmen der Teilnehmer durchgeführt werden.

Abschluss / Akademischer Grad:

Bachelor of Arts, Kurzform: „B.A.“

2 Modulbeschreibungen

2.1 Allgemeine Pflichtfächer

Grundlagen der Betriebswirtschaft			
Modulkürzel:	SMA-GLBW	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Grundlagen der Betriebswirtschaft		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und deren Zusammenhänge und werden in die wesentlichen Entscheidungsbereiche eines Managers eingeführt. Methodenkompetenz Die Teilnehmer wenden grundlegende Methoden zur analytischen Betrachtung von Situationen an. Sozialkompetenz Die Teilnehmer diskutieren betriebswirtschaftliche Situationen.			
Inhalt:			
• Der Alltag eines Unternehmers • Unternehmenspolitik, Unternehmensführung - eine Systematik • Vision, Mission, Strategie • Konstitutive Unternehmensentscheidungen • Administrative und dispositive Entscheidungen in der betrieblichen Funktion • Informationsgrundlage für Entscheidungen: externes und internes Rechnungswesen • Entscheidungsunterstützung durch das Controlling			

- Methodische und soziale Kompetenzen: Die Unternehmerpersönlichkeit
- Entscheidungen auf der Individualebene
- Entscheidungen auf Gruppen- und Organisationsebene
- Das Grundmodell der normativen Entscheidungstheorie
- Ausgewählte Entscheidungsregeln unter Sicherheit
- Ausgewählte Entscheidungsregeln unter Risiko
- Ethische und ökologische Ansätze in der Wirtschaft

Studien- / Prüfungsleistungen:

Anerkennung (außerhalb Prüfungszeitraum)

Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten (www.vhb.org).

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für Ingenieure
plus
Unternehmerisch Handeln - Unternehmensplanspiel

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Produktionsplanung/Logistik			
Modulkürzel:	SMA-PPL	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Produktionsplanung/Logistik		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzun- gen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer beherrschen das grundlegende Fachwissen sowie grundlegende wissenschaftliche Konzepte und Methoden im Bereich Produktion und Logistik. Sie haben Kenntnis über die wichtigsten Ziele und Aufga- benstellungen des industriellen Produktionsmanagements und Verständnis der grundlegenden Abläufe des Produktionsmanagements. Methodenkompetenz Die Teilnehmer wenden die wichtigsten Methoden und Entscheidungshilfen zur Lösung von Produktions- und Logistikproblemen an. Sozialkompetenz Die Teilnehmer haben die Fähigkeit sich mit logistischen Prozessen auseinanderzusetzen und im Team die Gestaltung der Prozesse vorzunehmen.			
Inhalt:			
• Grundlagen logistischer Aufgaben und Prozesse • Charakterisierung der Logistik • Verrichtungssysteme der Logistik • Anwendungsbereiche der Logistik			

- Bedeutung der Unternehmenslogistik
- Logistische Anwendungsverfahren
- Bedarfsermittlung
- Auftragsplanung
- Systeme zur Planung und Steuerung der Produktion
- Graphentheoretische Verfahren
- Grundlagen der Graphentheorie
- Netzplantechnik
- Anwendungen

Studien- / Prüfungsleistungen:

Anerkennung (außerhalb Prüfungszeitraum)

Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten (www.vhb.org).

Logistische Aufgaben und Prozesse

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Kosten- und Leistungsrechnung			
Modulkürzel:	SMA-KLR	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kosten- und Leistungsrechnung		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen die wesentlichen Kostenrechnungsverfahren im Unternehmen, können diese beurteilen und einsetzen. Sie haben die Fähigkeit kostenrechnerische Aspekte zu erklären und verständlich darzulegen. Methodenkompetenz Die Teilnehmer sind mit Problemstellungen der Kostenrechnung mit Hilfe von spezifischen Methoden der Kostenrechnung vertraut. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können kostenrechnerische Themen bzw. Lösungsansätze im Unternehmen verständlich darlegen.			
Inhalt:			
• Funktion der Kosten- und Leistungsrechnung im betrieblichen Rechnungswesen • Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerrechnung • Teilkostenrechnung als unternehmerische Entscheidungshilfe • Plan- und Istkostenrechnung • Prozesskostenrechnung			

• Einsatz von MS Excel in der KLR
Studien- / Prüfungsleistungen:
Anerkennung (außerhalb Prüfungszeitraum) Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Anfrage von Vorlesungsangeboten über die Studiengangsassistenz. Es kann zur Anrechnung durch eine berufliche Weiterbildung kommen.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Personalführung			
Modulkürzel:	SMA-PF	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Personalführung		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen die Bedeutung der Human Resources für das Unternehmen und haben einen Überblick über das personalwirtschaftliche Instrumentarium. Sie haben die Fähigkeit, die Führungsrolle zu reflektieren und Sensibilität für die Wirkung eigener Handlungen zu entwickeln. Hierzu nutzen sie notwendige Feedbacksysteme. Durch die Formulierung von Zielen, das Einfordern und Geben von Rückmeldungen und die Herstellung förderlicher Rahmenbedingungen, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass Mitarbeiter mit Motivation und Engagement Leistungsbeiträge erbringen. Methodenkompetenz Die Teilnehmer haben einen Überblick über das personalwirtschaftliche Instrumentarium. Ausgehend von strategischen Vorgaben, entwickeln die Teilnehmer Instrumente und Techniken, die Führungskräfte nutzen, um ihre Führungsaufgaben professionell zu erledigen. Sozialkompetenz Die Teilnehmer unterstützen Führungskräfte bei der Gestaltung von Führungsbeziehungen. Ausgehend von strategischen Vorgaben entwickelt das HRM Instrumente und Techniken, die Führungskräfte nutzen, um ihre Führungsaufgaben professionell zu erledigen.			
Inhalt:			
• Gruppen und Teams in Organisationen • Strukturen und Prozesse in Gruppen			

- Entwicklung von Teams
- Gruppenarbeit in Organisationen
- Perspektiven der Führungsforschung
- Paradigmen der Sozialwissenschaft
- Führungstheorien
- Performance Improvement I - die Rolle der Führungskraft
- Führungsaufgaben
- Mitarbeiter auswählen
- Mitarbeitergespräche und Personalentwicklung
- Performance Improvement II - Business Excellence
- Performance Improvement III
- Der Performance Improvement-Prozess
- Kompetenzbereiche des HRM
- Indirekte Führung
- Change Management

Studien- / Prüfungsleistungen:

Anerkennung (außerhalb Prüfungszeitraum)

Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten (www.vhb.org).

Einführung in das Personalmanagement

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Mathematik und Statistik			
Modulkürzel:	SMA-MS	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Mathematik und Statistik		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer haben die, für die moderne Betriebsführung erforderlichen mathematischen Grundkenntnisse. Ferner haben Sie einen Überblick über die mathematischen Denk- und Arbeitsmethoden der Wirtschaftswissenschaften vornehmlich anhand von Beispielen aus der Wirtschaftspraxis. Methodenkompetenz Die Teilnehmer haben Kenntnisse grundlegender Methoden der Statistik in ihrer Anwendung im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich, Sie können grundlegende statistische Analysen im betrieblichen Umfeld durchführen. Sozialkompetenz Verständnis für analytische Zusammenhänge und Betrachtungsweisen.			
Inhalt:			
- finanzmathematische Methoden als Hilfsmittel von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen - Einfache Zinsrechnung, Zinseszinsrechnung, Renten- und Tilgungsrechnung, Renditerechnung - Kenntnis und Fertigkeit von Methoden der linearen Algebra wie Matrizenrechnung, lineare Gleichungssysteme, lineare Optimierung - Kenntnis der wichtigsten Differentiationsregeln			

- Fähigkeit, die Differentialrechnung auf wichtige wirtschaftswissenschaftliche Probleme anzuwenden
- Differentiation von Funktionen der Wirtschaft mit einer und mehreren Variablen
- Grundbegriffe der Statistik
- Statistischer Analyseprozess
- Statistik am PC
- Verteilungen (absolut, relativ, kumuliert)
- Lage- und Streuungsparameter, Standardisierung, Konzentrationsmaße, Indexzahlen
- Zusammenhangsmaße quantitativer und qualitativer Variablen
- Zeitreihenanalyse

Studien- / Prüfungsleistungen:

Anerkennung (außerhalb Prüfungszeitraum)

Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten (www.vhb.org).

Mathematik I / Wirtschaftsmathematik
alternativ

Grundlagen der anwendungsbezogenen Hochschulmathematik

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Englisch			
Modulkürzel:	SMA-Englisch	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Englisch		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz/Methodenkompetenz Die Teilnehmer kommunizieren fachbezogen in englischer Sprache. Sie führen fachbezogene Gespräche in beruflichen Standardsituationen und benutzen dazu ein erweitertes Spektrum an Fachbegriffen. Sie lesen englischsprachige Fachtexte und fassen den Inhalt zusammen. Sie verfassen Fachtexte in Englisch und antworten auf Geschäftsbriefe. Sozialkompetenz Sie arbeiten einen fachbezogenen Vortrag aus und präsentieren ihn in Englisch.			
Inhalt:			
• Wiederholung und Festigung von Grammatik, Syntax und Gesprächsaufbau • Ausbau von Grundfertigkeiten • Analyse und Diskussion ausgewählter authentischer Artikel aus der Presse sowie aus Lehrbüchern sowohl im konkreten wie auch im abstrakten Bereich • Kompetenz, sich zu leichteren fachspezifischen Themengebieten zu äußern • Erlernen, selbständig Texte zu verschiedenen Themenbereichen aus dem Wirtschafts- bzw. späteren Berufsleben zu verfassen (insbesondere Erstellung von englischen Geschäftsbriefen)			

Studien- / Prüfungsleistungen:
Anerkennung (außerhalb Prüfungszeitraum) Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten (www.vhb.org). English for studying, working and living abroad (B2.2)
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Grundlagen I: TQM Excellence			
Modulkürzel:	SMA-TQM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	4	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Grundlagen I: TQM Excellence		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer sind in der Lage, eigene Konzepte für TQM und die Anforderungen an ein umfassendes Qualitätsmanagement zu entwickeln. Dadurch erhalten Sie fundierte Einblicke in die Vorgehensweisen zur Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen, deren Anwendung und verstehen die verschiedenen Kulturen und Philosophien in Bereich TQM Excellence. Dadurch und in Kombination mit dem Modul EFQM werden unternehmensübergreifende Überlegungen miteinbezogen, wodurch die strategische Orientierung am unternehmensinternen Kunden verstärkt wird. Methodenkompetenz Sie sind in der Lage eine eigene Qualitätsmanagementvision/-mission zu entwickeln und können mit dem erlangten Know-how in ihrer eigenen Organisation aktiv an der Gestaltung des Verbesserungsprozesses mitwirken. Die Teilnehmer wenden die wichtigsten Methoden und Entscheidungshilfen im TQM im Sinne von Excellence und in Vorbereitung auf das EFQM-Modell an. Sie haben die Fähigkeit zur Anwendung des Gelernten. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können komplexe und fachbezogene Inhalte zur Optimierung der behandelten Abläufe und Konzepte zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage, aktuelle Fragen des TQM-Gedankens und des Verbesserungsprozesses kontrovers zu diskutieren. Die zusätzliche Vertiefung erfolgt durch die Vergabe von kleineren Projektaufgaben im Arbeitsbereich des jeweiligen Studierenden im eigenen Unternehmen. Die detaillierte Aufgabenstellung wird mit dem Dozenten individuell abgesprochen. Der dafür vorgesehene Arbeitsaufwand liegt bei ca. 30 - 40 h.			

Inhalt:
• Was bedeutet TQM? • Die TQM-Philosophie und ihre Entstehung • Kulturunterschiede zwischen Japan, Europa und der USA • Unternehmensentwicklung mit und ohne TQM • Qualität steigern, aber wie genau? • Die verschiedenen Facetten von Qualität • Der östliche Blick auf "Qualität" und sich ergebende Schlussfolgerungen • Umsetzungshindernisse in der Praxis • Bedingungen für TQM • Gegenüberstellungen von Methoden (Beispiel: KVP-Kaizen) • Verschwendung eliminieren und Wertschöpfung steigern • Die unterschiedlichen Verbesserungsarten & Abgrenzung zu anderen Methoden • Mitarbeiter befähigen • Effektive Führung • Motivation • Hilfsmittel und Werkzeuge • Workshops / Gruppenarbeiten • Fallbeispiele
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Keine Anmerkungen
Literatur:
• SCHNAUBER, Herbert und Hermann BOHRER, 2012. <i>Erfolgsfaktor Qualität: Einsatz und Nutzen des EFQM-Excellence-Modells</i>. Düsseldorf: Symposion Publishing. ISBN 978-3-86329-420-5 • DALLUEGE, Carl-Andreas, 2012. <i>Exzellenz durch nachhaltige Unternehmensstrategien: EFQM im Mittelstand</i>. Heidelberg: Haefner. ISBN 978-3-87284-092-9 • MOLL, André und Khayati SAOUSEN, 2021. <i>Excellence-Handbuch: Grundlagen und Anwendung des EFQM Modells 2020</i>. Neuauflage 2021. Auflage. Kissing: WEKA MEDIA. ISBN 978-3-8111-0422-8 • MOLL, André und Wiebke ANTON, 2018. <i>Excellence-Leitfaden: praktische Umsetzung des EFQM Excellence Modells</i>. Kissing: symposion. ISBN 978-3-8111-3088-3

Präsentations- und Moderationstechniken			
Modulkürzel:	SMA-PMT	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	4	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Präsentations- und Moderationstechniken		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer verfügen über die Fähigkeit zur erfolgreichen Anwendung von Präsentationstechniken und die ziel- und ergebnisorientierte Leitung von Projekten und Besprechungen. Methodenkompetenz Zur Moderation von Projektteams, KVP–Teams oder interdisziplinären Problemlösungsteams, sind die Teilnehmer in der Lage klare Strukturen (Ziele, Ablauf und Zeit, Technik) und systematische Problemlösungsmethoden anzuwenden und die Ergebnisse wirkungsvoll zu präsentieren. Sozialkompetenz Die Teilnehmer sind in der Lage mit hohem Einfühlungsvermögen und unter Berücksichtigung möglicher auftretender Dynamik Gruppen zu moderieren. Sie sorgen mit Fingerspitzengefühl für die positive Stimmung im Team.			
Inhalt:			
Die Präsentation • Die Bedeutung der Persönlichkeit • Die Ausstrahlung und der Umgang mit Stress • Vorbereitung einer Präsentation			

- Ausarbeitung einer Präsentation
- Einladung
- Darbietung der Präsentation

Die Moderationsmethode

- Motivation
- Der Einsatz der Moderationsmethode
- Die Rolle des Moderators
- Ablauf der Moderation
- Prozesse reflektieren
- wesentliche Arbeitstechniken
- Im Rahmen der Präsenzzeiten werden die theoretischen Inhalte durch praktische Übungseinheiten mit Themen aus der beruflichen Praxis der Teilnehmer untermauert. Zusätzlich werden themenbezogene Projektaufgaben zur Vertiefung der Lerninhalte vergeben, die im eigenen Unternehmen anzuwenden sind.

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit, 10-20 Seiten (außerhalb Prüfungszeitraum)
in Kombination mit Führung I: Selbst- und Zeitmanagement

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Führung I: Selbst- / Zeitmanagement			
Modulkürzel:	SMA-Selbst- Zeitmgmt.	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	4	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	11 h	
	Selbststudium:	114 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Führung I: Selbst- / Zeitmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer verstehen die praxisorientierte Anwendung der wichtigsten Methoden des Selbst- und Zeitmanagements. Durch ein professionelles Selbst- und Zeitmanagement können die Teilnehmer ihre Aufgaben auf der Basis Ihres ganz persönlichen Arbeitsstils klarer strukturieren und planen. Sie beherrschen Techniken und Regeln als Bausteine für Ihr persönliches Selbst- und Zeitmanagement und haben profunde Kenntnisse, um z.B. die Planung und Abstimmung mit Kollegen, Mitarbeitern und anderen unternehmensinternen Interessensgruppen erfolgreich zu bewältigen. Methodenkompetenz Sie sind in der Lage durch den Einsatz vermittelter Methoden Ihren Arbeitstag effektiver und effizienter zu gestalten. Sie kennen Regeln und Techniken für Ihr individuelles Zeitmanagement und wenden diese an. Mit einer effizienten Priorisierung sowie methodischer Planung der Arbeitssituation sind sie in der Lage mit Zeitdruck umzugehen und die vorhandenen Zeitdiebe zu identifizieren und zu eliminieren. Durch Einzel- und Gruppenarbeiten sowie konkrete Fallbeispiele sind die Teilnehmer befähigt Ihr gesammeltes Wissen für sich und andere im Unternehmen sofort nutzbar anzuwenden. Sozialkompetenz Die Teilnehmer erzielen nachhaltige Verhaltensänderungen bei sich und den zu verantwortenden Mitarbeitern. Sie setzen persönliche Veränderungen erfolgreich um. Sie gehen professionell mit Zeitdruck und schwierigen Situationen um. Sie reflektieren Ihr eigenes Verhalten und entwickeln die Beurteilungsmöglichkeit von Chancen und Möglichkeiten durch Selbst- und Zeitmanagement.			

Inhalt:
• Reflexion des eigenen Verhaltens in stressigen Situationen • Umgang mit Zeitdruck • Zeitdiebe erkennen • Planung der eigenen Arbeitssituation • Prioritäten setzen • Technik und Regeln als Bausteine für Ihr persönliches Selbst- und Zeitmanagement • Planung und Abstimmung mit Kollegen und Mitarbeitern • Einzel- und Gruppenarbeit • Fallbeispiele
Studien- / Prüfungsleistungen:
Referat, 15 Minuten In Kombination mit Präsentations- und Moderationstechniken
Literatur:
• CASSENS, Manfred, Rolf DOLLASE und Ingo EIKELMANN, 2003. <i>Work-Life-Balance: wie Sie Berufs- und Privatleben in Einklang bringen</i>. München: Dt. Taschenbuch-Verl.. ISBN 3-423-50872-8, 3-406-51278-X • GAPP-BAUSS, Sabine, 2014. <i>Stress-Management: zu sich kommen, statt außer sich geraten</i>. Ahlerstedt: Param. ISBN 978-3-88755-274-9 • LACHMANN, S., M. KIMMIRICH und M. HAUSNER, 2012. <i>Zeitmanagement</i>.

Prozesse I: Produktionsmanagement			
Modulkürzel:	SMA-Prod.Mgmt.	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	4	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Prozesse I: Produktionsmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen die Prinzipien und Möglichkeiten sowie Ziele und Aufgabenstellungen des industriellen Produktionsmanagements und der Materialwirtschaft. Die Teilnehmer kennen und beherrschen die grundlegenden Geschäftsprozesse des Produktionsmanagements. Sie konzipieren die Produktion unter dem Aspekt der betrieblichen Leistungserstellung und haben dabei die Faktoren Planung und Steuerung im Fokus. Dabei beziehen sie weitere Themen wie Logistik und eine verlustfreie Gestaltung der Produktion mit ein. Methodenkompetenz Die Teilnehmer lernen die wichtigsten Methoden und Entscheidungshilfen zur Lösung von Beschaffungs-, Produktions- und Logistikproblemen kennen. Sie haben die Fähigkeit zur Anwendung der Methoden und Instrumente der Produktionsplanung und Berechnung der notwendigen Produktionsfaktoren. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können komplexe und fachbezogene Inhalte zur Optimierung der produktionstechnischen Abläufe zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage, aktuelle Fragen des Produktionsmanagements kontrovers zu diskutieren. Die zusätzliche Vertiefung erfolgt durch die Vergabe einer umfangreichen Projektaufgabe im Arbeitsbereich des jeweiligen Studierenden im eigenen Unternehmen. Die detaillierte Aufgabenstellung wird mit dem Dozenten individuell abgesprochen. Der dafür vorgesehene Arbeitsaufwand liegt bei ca. 40 h.			

Inhalt:
Grundlagen der betrieblichen Leistungserstellung • Betriebliche Leistungserstellung • Transformationsebenen im Unternehmen • Faktor- und Prozessbetrachtung Beschaffung • Bedarfsermittlung • Make-or-Buy, Bestellung • Lieferantenmanagement Produktion • Arbeitsplanung und -steuerung • Produktionsprozess und Klassifikation • Produktionsmanagement • Schlanke Produktion Überblick Logistik • Bestandsmanagement • Lagerhaltung • Kommissionierung
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Keine Anmerkungen
Literatur:
• KUMMER, S., O. GRÜN und W. JAMMERNEGG, 2013. <i>Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik</i>. ISBN ISBN 3-868-94093-6 • KUMMER, S., O. GRÜN und W. JAMMERNEGG, 2013. <i>Übungsbuch Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik</i>. ISBN ISBN 3-868-94094-4 • CORSTEN, H. und R. GÖSSINGER, 2012. <i>Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement</i>. ISBN ISBN 3-486-70569-5 • SCHULTE, Ch., 2012. <i>Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain</i>. ISBN ISBN 3-800-63995-5

Grundlagen II: EFQM			
Modulkürzel:	SMA-EFQM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	5	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Grundlagen II: EFQM		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Das EFQM-Modell für Business Excellence ist ein Unternehmensmodell, das eine ganzheitliche Sicht auf Organisationen ermöglicht. Es gibt Hilfestellung für den Aufbau und die kontinuierliche Weiterentwicklung von umfassenden Managementsystemen. Die Unternehmen nutzen es als Werkzeug, um auf Grundlage von Selbstbewertungen Stärken und Verbesserungspotentiale zu ermitteln, anzuregen und ihren Geschäftserfolg zu verbessern. Fachkompetenz Die Teilnehmer entwickeln ein Verständnis für die Philosophie von umfassender Qualität. Dadurch erhalten Sie fundierte Einblicke in die Vorgehensweisen zur Umsetzung von ganzheitlichen Verbesserungsmaßnahmen, deren Anwendung und verstehen die verschiedenen Kulturen und Philosophien in Bereich EFQM und die ganzheitliche Sicht aufs Unternehmen. Dadurch und in Kombination mit dem Modul TQM werden unternehmensübergreifende Überlegungen miteinbezogen, wodurch die strategische Orientierung am unternehmensinternen Kunden verstärkt wird. Methodenkompetenz Die Studierenden kennen den Aufbau und die Struktur des EFQM Modelles. Anhand der RADAR Logik können Sie eine Selbstbewertung eines Unternehmens durchführen und Maßnahmen definieren, die die ständige Verbesserung des Unternehmens fördern. Sie sind in der Lage das erlangte Know-how in ihrer eigenen Organisation aktiv bei der Gestaltung des Verbesserungsprozesses einzubringen und nachhaltig wirken zu lassen. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können komplexe und fachbezogene Inhalte zur Optimierung der behandelten Abläufe und			

Konzepte zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage, aktuelle Fragen des EFQM und des gesamtheitlichen, unternehmensweiten Verbesserungsprozesses kontrovers zu diskutieren.

Die zusätzliche Vertiefung erfolgt durch die Vergabe von kleineren Projektaufgaben im Arbeitsbereich des jeweiligen Studierenden im eigenen Unternehmen. Die detaillierte Aufgabenstellung wird mit dem Dozenten individuell abgesprochen. Der dafür vorgesehene Arbeitsaufwand liegt bei ca. 30 h.

Inhalt:

TQM Intensiv: Das EFQM-Modell 2020 in der 2nd Edition

Unternehmen und Organisationen in disruptiven Zeiten „vor die Lage“ bringen

- Optimum: Organisationen zwischen Chaos und Perfektion
- Tempo: Veränderungsgeschwindigkeit in Transformation und Wandel
- Megatrends: Einfluss und Nutzen des Ecosystems
- Unternehmerische Nachhaltigkeit: 17 SDG, UN Global Compact, Wertschöpfung
- Tragfähigkeit: Geschäftsmodelle vom heute ins morgen und übermorgen weiterentwickeln

Exzellente Ausrichtung der Organisation

- Zweck, Vision und Strategie
- Organisationskultur und Organisationsführung

Gelungene Realisierung

- Interessengruppen einbinden
- Nachhaltigen Nutzen schaffen
- Leistungsfähigkeit und Transformation vorantreiben

Erfolgreiche und relevante Ergebnisse

- Wahrnehmungen der Interessengruppen
- Strategie- und leistungsbezogene Ergebnisse

Assessoren- und Assessorinnenkompetenz erwerben mit dem Nutzen, die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens oder der Organisation nachhaltig zu verbessern

- wichtige Stärken aufzeigen, die es zu halten gilt
- wichtige Potenziale für den nächsten Weiterentwicklungsschritt aufzeigen
- die Leistungsfähigkeit der Organisation nach vorn zu bringen (und/oder zu halten)
- den Erwartungen aller Akteure*innen/Interessenpartner*innen angemessen zu begegnen
- die notwendigen Transformationen, Veränderungen oder Verbesserungen klar zu erkennen und zu initiieren
- aus dem Status Quo in die Wettbewerbsfähigkeit von morgen und übermorgen hinzuführen
- dem stetig steigenden Tempo der Veränderung adäquat mit dem Zielbild „vor der Lage zu sein“ zu begegnen.

Das Seminar entspricht den Anforderungen eines ILEP e. V.-zertifizierungsfähigen EAT (Excellence Assessor Trainings).

Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Keine Anmerkungen
Literatur:
• MOLL, André und Khayati SAOUSEN, 2021. <i>Excellence-Handbuch: Grundlagen und Anwendung des EFQM Modells 2020</i>. Neuauflage 2021. Auflage. Kissing: WEKA MEDIA. ISBN 978-3-8111-0422-8 • MOLL, André und Wiebke ANTON, 2018. <i>Excellence-Leitfaden: praktische Umsetzung des EFQM Excellence Modells</i>. Kissing: symposion. ISBN 978-3-8111-3088-3 • SCHNAUBER, Herbert und Hermann BOHRER, 2012. <i>Erfolgsfaktor Qualität: Einsatz und Nutzen des EFQM-Excellence-Modells</i>. Düsseldorf: Symposion Publishing. ISBN 978-3-86329-420-5 • DALLUEGE, Carl-Andreas, 2012. <i>Exzellenz durch nachhaltige Unternehmensstrategien: EFQM im Mittelstand</i>. Heidelberg: Haefner. ISBN 978-3-87284-092-9

Führung II: Veränderungsmanagement			
Modulkürzel:	SMA-VM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	5	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Führung II: Veränderungsmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzun- gen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Die Veränderung eines Unternehmens hinsichtlich schlanker Wertschöpfung stellt besondere Anforderun- gen an die Führung und an das Projektmanagement. Die soziale Kompetenz ist hierbei entscheidend, um nachhaltige Verhaltensänderungen bei den Mitarbeitern zu erzielen. Fachkompetenz Die Teilnehmer verstehen die Phasen und die Dynamik in Veränderungsprozessen. Sie können Chancen und Risiken sowie Potentiale von Veränderungen beurteilen. Sie verstehen die Bedeutung der Unternehmenskul- tur bei Veränderungen. Methodenkompetenz Die Teilnehmer wenden bewährte und moderne Methoden und Werkzeuge im Umgang mit Mitarbeitern bei Veränderungsprozessen an. Sozialkompetenz Die Teilnehmer erzielen nachhaltige Verhaltensänderungen bei den Mitarbeitern. Sie setzen persönliche Veränderungen erfolgreich um. Sie gehen professionell mit Ängsten von Mitarbeitern und schwierigen Situa- tionen um. Sie entwickeln die Beurteilungsmöglichkeit von Chancen und Möglichkeiten bei Veränderungs- prozessen.			
Inhalt:			
- Grundbegriffe und Definitionen zu Wandel, Veränderung und Transformation - Bedeutung, Anlässe und Herausforderungen betrieblicher Veränderungsprozessen			

- Phasen und psychologische Dynamiken von Veränderungen
- Reflexion des eigenen Umgangs mit Veränderungen und Erkennung individueller Muster
- Rolle und Aufgabe von Führungskräften (Change Leadership)
- Kommunikation und Unternehmenskultur im Change Management
- Analyse und Diskussion von Fallbeispielen aus der Praxis der Teilnehmenden

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten
Keine Anmerkungen

Literatur:

- BIECH, Elaine, 2007. *Thriving through Change. A Leader's Practical Guide to Change Mastery.*
- BÖNING, Uwe und Brigitte FRITSCHLE, 1997. *Veränderungsmanagement auf dem Prüfstand: eine Zwischenbilanz aus der Unternehmenspraxis.* Freiburg i. Br. ; Berlin [u.a.]: Haufe. ISBN 3-448-03512-2
- BOOS, Frank, 2004. *Veränderung - systemisch: Management des Wandels ; Praxis, Konzepte und Zukunft.* Stuttgart: Klett-Cotta. ISBN 3-608-94386-2
- BUSCH, Rolf, 2000. *Change Management und Unternehmenskultur: Konzepte in der Praxis.* München: Hampp. ISBN 3-87988-446-3
- DOPPLER, Klaus, 2003. *Der Change Manager. Sich selbst und andere verändern – und trotzdem bleiben, wer man ist.*
- DOPPLER, Klaus und andere, 2014. *Unternehmenswandel gegen Widerstände: Change-Management mit den Menschen.* Frankfurt am Main ; New York, NY: Campus Verlag. ISBN 3-593-50011-6, 978-3-593-42198-8
- DOPPLER, Klaus und Christoph LAUTERBURG, 2019. *Change Management: den Unternehmenswandel gestalten.* 14. Auflage. Frankfurt ; New York: Campus Verlag. ISBN 978-3-593-51244-0, 3-593-51244-0
- GESCHWILL, Roland, 2000. *Fusionen erfolgreich managen. Wege aus der Integrationsfalle.*
- GREIF, Siegfried, Bernd RUNDE und Ilka SEEGER, 2004. *Erfolge und Misserfolge beim Change Management.* Göttingen [u.a.]: Hogrefe. ISBN 3-8017-1887-5
- HALDEMANN, Patrice, Kurt STETTLER und Hans-Peter FISCHER, 2008. *Neben die Spur treten – Neues wagen. Wie Führungskräfte, Projektleiter und HR-Businesspartner Change Management über die Hürden des Alltags führen.*
- HOCHREITER, Gerhard, 2006. *Choreografien von Veränderungsprozessen: zur Gestaltung von komplexen Organisationsentwicklungen.* Heidelberg: Verl. für Systemische Forschung im Carl-Auer-Systeme-Verl.. ISBN 3-89670-361-7, 978-3-89670-361-3
- INVERSINI, Simone, 2005. *Wirkungsvolles Change Management in Abhängigkeit von situativen Anforderungen. Organisationale Veränderungsprozesse im Spannungsfeld von betrieblichen Voraussetzungen und Umwelтанforderungen unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen, organisationsbezogenen und qualifikatorischen Erfolgskriterien.*

- JANSEN, Stephan A., 2004. *Management von Unternehmenszusammenschlüssen: Theorien, Thesen, Tests und Tools*. Stuttgart: Klett-Cotta. ISBN 3-608-94392-7, 978-3-7910-3012-8
- KEUPER, Frank, 2007. *Nachhaltiges Change-Management: interdisziplinäre Fallbeispiele und Perspektiven*. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-0189-7
- KOTTER, John P., 1997. *Chaos, Wandel, Führung - leading change*. Düsseldorf: ECON-Verl.. ISBN 3-430-15663-7
- KRÜGER, Wilfried, 2014. *Excellence in Change: Wege zur strategischen Erneuerung*. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-4716-1, 978-3-8349-4717-8
- NEVIS, Edwin, C., 200. *An integrated Approach to Transformational Change*.
- NAGEL, Reinhart, 2007. *Lust auf Strategie: Workbook zur systemischen Strategieentwicklung*. Stuttgart: Klett-Cotta. ISBN 978-3-608-94462-4, 3-608-94462-1
- RANK, Susanne und Beate BIDJANBEG, 2008. *Change-Management in der Praxis: Beispiele, Methoden, Instrumente*. Berlin: Schmidt. ISBN 978-3-503-10012-5, 3-503-10012-1
- RIGALL, Juan und andere, 2005. *Change Management für Konzerne: Komplexe Unternehmensstrukturen erfolgreich verändern*. [Frankfurt am Main]: Campus Frankfurt / New York. ISBN 978-3-593-41539-0, 978-3-593-42391-3

Teamarbeit			
Modulkürzel:	SMA-TA	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	5	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Teamarbeit		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmenden verstehen die Grundlagen der Teamarbeit, der Rollen im Team und die Teamphasen sowie die Erfolgsfaktoren für Teams. Sie arbeiten kooperativ und zielorientiert an komplexen Aufgaben und Projekten in Teams von 2-8 Mitarbeitern und integrieren unterschiedliches Fachwissen nach bestimmten gemeinsam festgelegten Regeln. Sie wissen, wie ihr Team sein Potenzial maximal und bewusst nutzen kann und Reibungen minimiert werden. Methodenkompetenz Die Teilnehmenden wenden die Methoden zur Teamentwicklung hinsichtlich Mitarbeiter und Strukturen an. Soziale Kompetenz Die Teilnehmenden entwickeln eine Arbeitsgruppe zum Hochleistungsteam und können mit schwierigen Situationen umgehen. Sie steigern die Teamleistung deutlich durch die Verknüpfung der Teammitglieder.			
Inhalt:			
• Definition Teamarbeit • Rollen im Team • Entwicklungsphasen in Gruppen • Teamphasen nach Tuckman			

- Von der Arbeitsgruppe zum Hochleistungsteam
- Analysetool im Teambuildingprozess
- Kommunikation
- Sender-Empfänger-Modell
- Störmomente im Kommunikationsprozess
- Eisberg-Modell (Sach- und Beziehungsebene)
- Umgang mit schwierigen Situationen
- Erfolgsfaktoren für Teams

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 60 Minuten
Keine Anmerkungen

Literatur:

- BIRKENBIHL, Vera F., 1997. *Kommunikationstraining: zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten*. 19. Auflage. München [u.a.]: mvg-Verl.. ISBN 3-478-03040-4
- GROOT, Maarten de, Bert TEEUWEN und Marco TIELEMANS, 2008. *KVP im Team: zielgerichtete betriebliche Verbesserungen mit Small Group Activity (SGA)*. Ansbach: CETPM Publ.. ISBN 978-3-940775-01-6
- HECKMAIR, Bernd, 2008. *20 erlebnisorientierte Lernprojekte: Szenarien für Trainings, Seminare und Workshops*. Weinheim ; Basel: Beltz Verlag. ISBN 978-3-407-36456-2, 3-407-36456-3
- SCHULZ VON THUN, Friedemann, 2006. *Miteinander reden 2: Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung: Differentielle Psychologie der Kommunikation*.
- KEHRER, A., 2011. *Wie funktioniert eine Gruppe? Das Gruppenphasenmodell nach Tuckman und Themenzentrierte Interaktion*.
- TEUSCHNER, M. und H. WAGNER, 2009. *30 Minuten TMS – Team Management System*.
- DICK, Rolf van und Michael A. WEST, 2013. *Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung: Praxis der Personalpsychologie*.

Prozesse II: Einkaufsmanagement			
Modulkürzel:	SMA-EKM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	5	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Prozesse II: Einkaufsmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer sind in der Lage eigene Konzepte für Einkaufsstrategien zu entwickeln. Dadurch erhalten Sie fundierte Einblicke in die Vorgehensweisen zur Planung, Umsetzung, Führung und Kontrolle von Einkaufsstrategien. Die Teilnehmer kennen die Prinzipien und Möglichkeiten sowie Bedeutung und Aufgabenstellungen des Einkaufs- und Beschaffungsmanagements. Die Teilnehmer kennen und beherrschen die grundlegenden Geschäftsprozesse des Beschaffungsmanagements. Sie verstehen die Organisation des Einkaufs nach strategischen und operativen Aspekten und sind in der Lage, Optimierungen aus dem Einkauf heraus für die internen Kunden (Entwicklung, Produktion, Vertrieb) und das gesamte Unternehmen durchzuführen. Das Verständnis für den Einfluss des Qualitätsmanagements und der Rechts- und Vertragsgestaltung ist dabei ebenso vertieft wie das Controlling und die Verhandlungsführung im Einkauf. Weitere Themen wie Logistik und die Befähigung für eine verlustfreie Produktion sind dabei mit in die Überlegungen einbezogen, wodurch die strategische Orientierung am unternehmensinternen Kunden verstärkt wird. Methodenkompetenz Sie sind in der Lage eine eigene Beschaffungsvision/-mission zu entwickeln und können Einkaufsstrategien formulieren. Dazu sind Sie in der Lage strategische/operative Handlungsoptionen und Initiativen gezielt zu entwickeln. Chancen/Risiken der Beschaffung zu identifizieren und wirkungsvolle Maßnahmen zu gestalten. Die Teilnehmer wenden die wichtigsten Methoden und Entscheidungshilfen zur Lösung von Beschaffungsnotwendigkeiten unter versorgungstechnischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten an. Sie haben die Fähigkeit zur Anwendung der Verhandlungsführung und der groben Gestaltung der Vertragsangelegenheiten.			

Sozialkompetenz

Die Teilnehmer können komplexe und fachbezogene Inhalte zur Optimierung der einkaufstechnischen Abläufe zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage, aktuelle Fragen des Einkaufsmanagements kontrovers zu diskutieren.

Die zusätzliche Vertiefung erfolgt durch die Vergabe einer umfangreichen Unternehmens-Case-Study als Projektaufgabe im Arbeitsbereich des jeweiligen Studierenden im eigenen Unternehmen. Die detaillierte Aufgabenstellung wird mit dem Dozenten individuell abgesprochen. Der dafür vorgesehene Arbeitsaufwand liegt bei ca. 50-60 h.

Inhalt:

- Begriffe und Einordnung
- Entwicklung des Beschaffungsmanagements
- Von der Unternehmens- zur Einkaufspolitik
- Ziele des Beschaffungsmanagements
- Die Bedeutung der Beschaffung
- Strategisches Beschaffungsmanagement (Handlungsoptionen, Make-or-Buy, Modular/Single/Dual/Multiple/Global/Local-Sourcing etc.)
- Operatives Beschaffungsmanagement
- Organisation der Beschaffung
- Optimierungen durch das Beschaffungsmanagement (ABC-, XYZ-, SWOT-Analysen, Portfolio-Techniken, Preis-/Kosten(treiber)analysen, Target Costing, Total Cost of Ownership etc.)
- Unternehmens-Case-Study/Projektarbeit
- Controlling in der Beschaffung und ausgewählte Kennzahlen
- Überblick über Rechts- und Vertragsangelegenheiten
- Überblick über Qualitätsmanagement in der Beschaffung
- Überblick über Verhandlungsführung

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten und Studienarbeit
Keine Anmerkungen

Literatur:

- WANNENWETSCH, Helmut, 2007. *Integrierte Materialwirtschaft und Logistik: Beschaffung, Logistik, Materialwirtschaft und Produktion ; mit 158 Tabellen und zahlreichen Fallbeispielen*. Berlin [u.a.]: Springer. ISBN 3-540-29756-1, 978-3-540-29756-7
- HEESEN, Bernd und Oliver MOSER, 2013. *Working Capital Management: Bilanzierung, Analytik und Einkaufsmanagement*. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-02076-7
- HIRSCHSTEINER, Günter, 2006. *Einkaufs- und Beschaffungsmanagement: Strategien, Verfahren und moderne Konzepte*. Ludwigshafen: Kiehl. ISBN 3-470-53852-2

Partnerschaft I: Finanzmanagement			
Modulkürzel:	SMA-FM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	6	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Partnerschaft I: Finanzmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Ein entscheidender Erfolgsfaktor für Organisationen besteht darin, dass auf allen Ebenen unternehmerisch gedacht und gehandelt wird. Betriebswirtschaftliche Kenntnisse sind daher für Fach- und Führungskräfte von steigender Bedeutung. Fachkompetenz Die Teilnehmer verstehen die finanz- und betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge und werden ökonomische Fragestellungen besser verstehen und kompetenter entscheiden können. Die Teilnehmer haben umfassenden Überblick über die wesentlichen Instrumente. Sie wissen die relevanten Kennzahlen und Einflussfaktoren zur Unternehmenssteuerung anzuwenden. Sie können beurteilen, wie sich Veränderungen in der Wertschöpfungskette auf die Kosten auswirken können und sind in der Lage, durch den Jahresabschluss eine Unternehmensanalyse durchzuführen. Methodenkompetenz Die Teilnehmer bauen ein profundes Verständnis für die finanzwirtschaftliche Sichtweise einer Unternehmung auf. Sie kennen die wichtigsten Fragestellungen, Methoden und Theorien, ordnen diese ein und wenden diese an. Sie erkennen, welche Gemeinsamkeiten es bei der Lösung verschiedener Investitions- und Finanzierungsprobleme gibt. Sie nutzen Visualisierungsmethoden zur Abbildung von Unternehmenszielen. Sozialkompetenz Die Teilnehmer bereiten Analysen und Ergebnisse sowie Kennzahlen zielgerichtet auf, und können diese präsentieren und argumentativ vertreten. Die zusätzliche Vertiefung erfolgt durch die Vergabe von diversen Projektaufgaben im Arbeitsbereich des			

jeweiligen Studierenden im eigenen Unternehmen. Die detaillierte Aufgabenstellung wird mit dem Dozenten individuell abgesprochen. Der dafür vorgesehene Arbeitsaufwand liegt bei ca. 30 h.

Inhalt:

- Säulen der Unternehmenssteuerung
- Das Interne Rechnungswesen
- Die Management Erfolgsrechnung
- Die Planung
- Die Bilanz
- Die Kalkulation
- Das Rechnungswesen
- Die Gewinn- und Verlustrechnung
- Die Bilanzplanung
- Die Cash-Flow-Rechnung
- Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung
- Unternehmensanalyse anhand eines Jahresabschlusses

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten
Keine Anmerkungen

Literatur:

- BERK, J. und P. DEMARZO, 2011. *Grundlagen der Finanzwirtschaft*. München: Pearson Verlag.
- BERK, J. und P. DEMARZO, 2012. *Grundlagen der Finanzwirtschaft: Das Übungsbuch*. München: Pearson Verlag.
- PERRIDON, L. und M. STEINER, 2012. *Finanzwirtschaft der Unternehmung*. 16. Auflage. München: Vahlen Verlag.
- SCHMIDT, R. H., 2013. *Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie*.

Prozesse III: Lean Management			
Modulkürzel:	SMA-LM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	6	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Prozesse III: Lean Management		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen die Prinzipien und Möglichkeiten von Lean Management und Wertschöpfungs-exzellenz als richtungsweisende Philosophie. Die Teilnehmer kennen und beherrschen die wesentlichen Zusammenhänge der Philosophie, Methoden und Instrumente der schlanken Produktion. Sie konzipieren eine verlustfreie Produktion und gestalten logistische Ketten im Unternehmen und unter Einbeziehung von Lieferanten, oftmals durch Orientierung an der Engpasssteuerung. Methodenkompetenz Die Teilnehmer wenden Analysemethoden wie die ABC-XYZ-Analyse konsequent an, um damit die Beschaffungs- und Produktionsstrategien zu definieren. Sie berechnen Kundentakte und passen die Kapazitäten der einzelnen Anlagen den Bedarfen an. Sie haben die Fähigkeit zur Anwendung der Methoden und Instrumente der schlanken Produktion. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können komplexe und fachbezogene Inhalte zur Optimierung der logistischen Abläufe zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage die Philosophie der schlanken Produktion zu vermitteln.			
Inhalt:			
- Einführung in die schlanke Produktion - Wert und Wertschöpfung			

- Wertstrom und Wertstromanalyse
- Sicherstellung stabiler Prozesse
- Erzeugung prozessübergreifender fließender Prozesse
- Streben nach Perfektion
- Standardisierung von Prozessen und Verfahren
- Gleichmäßigkeit und Nivellierung
- Qualität von Anfang an - Nullfehlerstrategie
- Die Rolle des Menschen im schlanken Unternehmen
- Strategien und Taktik zur Umsetzung

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit, 15-20 Seiten und Präsentation 15 Minuten
Keine Anmerkungen

Literatur:

- EVERSHEIM, Walter, 1996. *Prozeßorientierte Unternehmensorganisation, 2. Auflage*. ISBN ISBN 3-540-61231-9
- FREILINGER, Christian und Norbert KILS, 1994. *Organisation 2000 - Die Erfolgsfaktoren schlanker Unternehmen*. ISBN ISBN 3-409-19090-2
- MEYER, C., 2008. *Betriebswirtschaftliche Kennzahlen und Kennzahlen-Systeme*. Stuttgart: Wissenschaft und Praxis Verlage.
- BRUNNER, F. J., 2008. *Japanische Erfolgskonzepte: KAIZEN, KVP, Lean Production, Management, Total Productive Maintenance Shopfloor Management, Toyota Production System*. München: Carl Hanser Verlag.
- MILLER, F. P. und A. F. VENDOME, 2009. *Lean Manufacturing*. Beau Bassin: Alphascript Publishing.

Strategie / Vision / Werte			
Modulkürzel:	SMA-Strategie-Vision-Werte	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	6	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Strategie / Vision / Werte		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Vision, Mission, Unternehmensstrategie und Unternehmensziele sind von unschätzbarem Wert für die Effizienz und Effektivität des Unternehmens und seiner Belegschaft. Sie sorgen für Wettbewerbsfähigkeit, Flexibilität und Performanz, aber auch für "Corporate Spirit" und höchstes Engagement jedes Einzelnen. Fachkompetenz Die Teilnehmer haben das notwendige Wissen, um eine wirkungsvolle Unternehmensstrategie abzuleiten und nachhaltigen Unternehmenserfolg zu ermöglichen. Sie verstehen, wie Strategien entstehen und wirken. Sie kennen die zentralen Instrumente zur Unterstützung und systematischen Vorgehensweise nach innen und außen. Methodenkompetenz Die Teilnehmer wenden die Methoden zur Strategieentwicklung an und verstehen die Schaffung und Nutzung von Erfolgspotenzialen und Wettbewerbsvorteilen. Sie entwickeln individuelle sowie kontextspezifische Strategien und schaffen damit Orientierung. Sie aktivieren damit ein effizientes Handeln im Unternehmen, über alle Unternehmensbereiche, inkl. der internen Kunden/Stakeholder. Soziale Kompetenz Die Teilnehmer erzielen nachhaltige Verhaltensänderungen bei sich und den zu verantwortenden Mitarbeitern. Sie setzen persönliche Veränderungen erfolgreich um. Sie reflektieren ihr eigenes Verhalten und entwickeln die Beurteilungsmöglichkeit von Chancen und Möglichkeiten durch die Strategieformulierung und der Schaffung von Vision und Mission. Die Teilnehmer entwickeln die Beurteilungsmöglichkeit von Chancen und Möglichkeiten innerhalb des Handlungsrahmens.			

Im Rahmen der Präsenzzeiten werden die theoretischen Inhalte durch praktische Übungseinheiten mit Themen aus der beruflichen Praxis der Teilnehmer oder durch Fallbeispiele untermauert. Die zusätzliche Vertiefung erfolgt durch die Vergabe von Projektaufgaben im Arbeitsbereich des jeweiligen Studierenden im eigenen Unternehmen. Die detaillierte Aufgabenstellung wird mit dem Dozenten individuell abgesprochen. Der dafür vorgesehene Arbeitsaufwand liegt bei ca. 30 h.

Inhalt:

- Modernes Strategisches Management
- Zusammenhang von Vision, Leitbild und Strategie
- Warum Strategie so häufig falsch verstanden wird
- Spielarten der Strategieentwicklung
- Sinnvolle Strategieprozesse
- Strategische Analyse – Feststellung des Handlungsbedarfs
- Der Blick auf benachbarte Systeme: Umwelt-, Kunden- und Wettbewerbsanalyse
- Der Innenblick – Kernkompetenzen und Ressourcen
- Sinnvolle Analysetools aus der Praxis
- Wie man Handlungsbedarf und Kurskorrekturen aufzeigt
- Die Zukunft gestalten – Entwicklung von Strategieoptionen
- Warum das in Optionen denken so wichtig ist
- Wie man Strategieoptionen entwirft
- Warum die Mitarbeiter einbezogen werden sollen
- Was gute Strategieoptionen von Utopien unterscheidet
- Plausibilitätschecks, um gefährliche Irrtümer zu vermeiden
- Erfolgsversprechende Strategieformulierung
- Anforderungen an erfolgsversprechende Strategieformulierungen
- Methoden und Instrumente zur Strategieformulierung
- Überführung strategischer Pläne in Budgets und Zielvorgaben
- Best Practices und Fallbeispiele
- Implementierung und Strategieumsetzung
- Die eigene Person im Umsetzungsprozess
- Erfolgsversprechendes Change Management

Studien- / Prüfungsleistungen:

mündliche Prüfung, 15 Minuten
Keine Anmerkungen

Literatur:

- EVERSHEIM, Walter, 1996. *Prozessorientierte Unternehmensorganisation: Konzepte und Methoden zur Gestaltung "schlanker" Organisationen*. Berlin [u.a.]: Springer. ISBN 3-540-61231-9
- FREILINGER, Christian und Norbert A. KLIS, 1994. *Organisation 2000: die Erfolgsfaktoren schlanker Unternehmen*. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3-409-19090-2
- MEYER, Claus, 2008. *Betriebswirtschaftliche Kennzahlen und Kennzahlen-Systeme*. Sternenfels: Verl. Wissenschaft & Praxis. ISBN 978-3-89673-466-2
- BRUNNER, Franz J., 2017. *Japanische Erfolgskonzepte: KAIZEN, KVP, Lean Production Management, Total Productive Maintenance, Shopfloor Management, Toyota Production System, GD3 - Lean Development*. München: Hanser. ISBN 978-3-446-45428-6, 3-446-45428-4

Prozesse IV: Six Sigma			
Modulkürzel:	SMA-SixSigma	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	6	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Prozesse IV: Six Sigma		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen die Philosophie von Six Sigma zur Reduzierung von Abweichungen in Unternehmensprozessen. Sie verstehen die statistischen Grundlagen um Six Sigma Qualität, beantworten Fragen und beurteilen die Einsatzmöglichkeiten von Six Sigma sowohl im Konstruktionsbereich als auch im Produktionsbereich zur Erreichung von Operational Excellence. Methodenkompetenz Die Teilnehmer wenden die umfangreichen Methoden und Instrumente zur Ermittlung der Kundenbedürfnisse, zur vorbeugenden Fehlervermeidung und zur systematischen Durchführung von Six Sigma Projekten an. Sie sichern die Ergebnisse durch Anwendung von Kontrollmethoden wie z.B. Qualitätsregelkarten usw. Sozialkompetenz Die Teilnehmer bereiten Projekte vor, stellen Teams zusammen und begleiten die Mitarbeiter bei der Durchführung von Six Sigma Projekten.			
Inhalt:			
• Definition Six Sigma • Implementierung von Six Sigma, Rollenverteilung • Statistische Grundlagen Six Sigma • Analysemethoden, Voice of Customer, Kano Modell, Sipoc FMEA, Box Plot etc.			

- Messmethoden, MSA
- Optimierungsmethoden, Versuchsplanung
- Kontrollmethoden, Qualitätsregelkarten
- Software Tools
- Fallbeispiele

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung 60 Minuten und Referat 15 Minuten (außerhalb Prüfungszeitraum)
Keine Anmerkungen

Literatur:

- LUNAU, Stephan, MERAN, Renata, 2013. *Six Sigma+Lean Toolset: mindset for successful implementation of improvement projects* [online]. Heidelberg [u.a.]: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-642-35881-4, 978-3-642-35882-1. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-642-35882-1>.
- WAPPIS, Johann, JUNG, Berndt, 2019. *Null-Fehler-Management: Umsetzung von Six Sigma* [online]. München ; Wien: Hanser PDF e-Book. ISBN 978-3-446-45948-9. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.3139/9783446459489>.
- DIETRICH, Edgar und Alfred SCHULZE, 2009. *Statistische Verfahren zur Maschinen- und Prozessqualifikation: mit ... 61 Tabellen*. München: Hanser. ISBN 978-3-446-41525-6, 3-446-41525-4
- DIETRICH, Edgar, 2008. *Eignungsnachweis von Messsystemen*. München: Hanser. ISBN 978-3-446-41747-2
- DIETRICH, Edgar, Alfred SCHULZE und Stephan CONRAD, 2009. *Abnahme von Fertigungseinrichtungen*. München [u.a.]: Hanser. ISBN 978-3-446-42053-3
- QUENTIN, Hort, 2008. *Statistische Prozessregelung - SPC*.

Partnerschaften II: Lieferantenmanagement			
Modulkürzel:	SMA-Liefer.M	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	7	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Partnerschaften II: Lieferantenmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Eine koordinierte Schnittstelle zu Lieferanten wird immer mehr zum Erfolgsfaktor. Vor allem in der heutigen Zeit, wo höchste Qualität, Flexibilität und schnelle Lieferzeiten gefordert werden. Moderne Unternehmen bauen dazu ein professionelles und effizientes Lieferantenmanagement auf. Fachkompetenz Die Teilnehmer können die Leistung und Qualität von Lieferanten umfassend bewerten und entwickeln. Sie wissen worauf bei der Auswahl und Freigabe neuer Lieferanten zu achten ist. Die Teilnehmer sind in der Lage, mit Lieferanten eine Basis für einen kontinuierlichen Austausch zu schaffen, regelmäßig neue Ziele zu vereinbaren, ohne permanent Druck auszuüben und sie stellen sicher, dass sie über aktuelle Entwicklungen jeglicher Art informiert werden. Methodenkompetenz Die Teilnehmer wenden die wichtigsten Methoden und Entscheidungshilfen der Lieferantenbewertung, Lieferantenentwicklung und Lieferantenqualifizierung an. Sie haben die Fähigkeit zur Anwendung der Methoden und Instrumente zur Steuerung der Lieferantenqualität, der Auswahl geeigneter Lieferanten und der übergreifenden Gestaltung der Beziehung zwischen Kunden und Lieferanten. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können komplexe und fachbezogene Inhalte zur Optimierung der lieferantentechnischen Abläufe zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage, aktuelle Fragen des Lieferantenmanagements kontrovers zu diskutieren.			

Die zusätzliche Vertiefung erfolgt durch die Vergabe einer umfassenden Projektaufgabe im Arbeitsbereich des jeweiligen Studierenden im eigenen Unternehmen. Die detaillierte Aufgabenstellung wird mit dem Dozenten individuell abgesprochen. Der dafür vorgesehene Arbeitsaufwand liegt bei ca. 30 h.

Inhalt:

- Grundlagen des Qualitätsmanagements bei Beschaffungsteilen
- Anforderungen von Normen und anderen Regelwerken zur Lieferantenauswahl und -bewertung
- Die Beziehung zwischen Kunde und Lieferant optimieren und die Qualität unternehmensübergreifend steigern
- Steuerung der Lieferantenqualität mit System
- Guter Lieferant - schlechter Lieferant? Möglichkeiten objektiver Bewertung
- Kriterien für die Lieferantenauswahl
- Potenziale erkennen und gemeinsam entwickeln
- Laufende Überwachung der Lieferanten, WEP, wie reklamieren, Maßnahmen, 8D-Report
- Informations- und Datenquellen für die Lieferantenauswahl und -bewertung
- Rechte und Pflichten von Lieferanten und Abnehmern
- Durchgängiges Fehlermanagement (8D-Report) entlang der Lieferkette
- Prozessablauf zur Lieferantenbewertung, Nutzen
- Maßnahmen auf der Basis der Lieferantenbewertung, Lieferantenentwicklung, Lieferantenqualifizierung
- Rechtliche Rahmenvereinbarungen/ Lieferantenvereinbarungen

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten
Keine Anmerkungen

Literatur:

- HOFBAUER, Günter, Tarek MASHHOUR und Michael FISCHER, 2016. *Lieferantenmanagement: die wertorientierte Gestaltung der Lieferbeziehung*. Berlin: De Gruyter Oldenbourg. ISBN 3-11-044263-9, 978-3-11-044263-2
- HARTMANN, Horst, 2019. *Lieferantenmanagement: Gestaltungsfelder, Methoden, Instrumente mit Beispielen aus der Praxis*. Gernsbach: Deutscher Betriebswirte-Verlag GmbH. ISBN 978-3-88640-253-3, 3-88640-253-3
- DÖLLE, Johannes E., 2013. *Lieferantenmanagement in der Automobilindustrie: Struktur und Entwicklung der Lieferantenbeziehungen von Automobilherstellern*. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-4042-1, 3-8349-4042-9
- FUCZEK, Jan, 2009. *Lieferantenmanagement: Analyse, Bewertung und Controlling potentieller und bestehender Lieferantenbeziehungen*. ISBN SBN 10: 3639127137, ISBN 13: 9783639127133

Prozesse V: Office Excellence			
Modulkürzel:	SMA-Off. Exc.	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	7	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Prozesse V: Office Excellence		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer erschließen die Potenziale von Office Excellence und setzen diese in den administrativen Bereichen ein. Sie kennen die Vorteile und Auswirkungen von kurzen Durchlaufzeiten, hoher Produktivität und Qualität der Prozesse in den administrativen Bereichen und können die Auswirkungen auf die Kundenzufriedenheit abschätzen. Methodenkompetenz Die Teilnehmer setzen die Methoden und Instrumente zur Umsetzung von Office Excellence im Unternehmen ein. Sie kennen die Methode und sind in der Lage selbständig entsprechende Standards zu implementieren. Sozialkompetenz Sie besitzen die Fähigkeit zur Führung und Begleitung von Veränderungsprozessen in administrativen Bereichen.			
Inhalt:			
- Einführung, Überblick, Historie Office Excellence - Die Arten der Verschwendung im Büro			

- 4 Level zur Verbesserung der Organisationseffizienz im Überblick:
 - Level 1 - Selbstorganisation verbessern mit 5S
 - Level 2 - Standards, die die Zusammenarbeit verbessern
 - Level 3 - Prozesse optimieren
 - Level 4 - Optimierung der Organisation mit Hilfe des Viable System Models

- Projektierung der 4 Level in der Organisation

Die Vorgehensweise und Systematik zur Analyse von Prozessen in administrativen Bereichen wird durch praktische Übungen untermauert.

Die zusätzliche Vertiefung erfolgt durch die Vergabe einer umfangreichen Projektaufgabe im Arbeitsbereich des jeweiligen Studierenden im eigenen Unternehmen. Die detaillierte Aufgabenstellung wird mit dem Dozenten individuell abgesprochen. Der dafür vorgesehene Arbeitsaufwand liegt bei ca. 40-60 h.

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

Keine Anmerkungen

Literatur:

- KUGEL, Richard, . *Das kleine Buch von Office Excellence*. ISBN ISBN 978-3-8391-6648-2
- BIEBER, Klaus und Sabome LEIKEIP, . *Der Weg – Effizienz im Büro mit Kaizen™-Methoden*. ISBN ISBN 978-3-8334-6341-9
- IMAI, Masaaki, 1994. *Kaizen: der Schlüssel zum Erfolg der Japaner im Wettbewerb*. Frankfurt/M ; Berlin: Ullstein. ISBN 3-548-35332-0
- ROTHER, Mike und John SHOOK, . *Learning to See – Value-stream mapping to create value and eliminate muda. Sehen lernen – mit Wertstromdesign die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen. Workbook*. Aachen: Lean Enterprise Institute. ISBN 978-3-9809521-1-8
- WIEGAND, Bodo und Philip FRANCK, 2004. *Lean Administration I, Die Analyse. Lean Administration: so werden Geschäftsprozesse transparent. Workbook*. Düsseldorf: Lean Management Inst.. ISBN 978-3-9809521-0-1
- WIEGAND, Bodo und Katja NUTZ, 2007. *Lean Administration II, Die Optimierung. So managen Sie Geschäftsprozesse richtig*. ISBN 978-3-9809521-5-6

Controlling			
Modulkürzel:	SMA-Contr.	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	7	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Controlling		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Der zunehmende internationale Wettbewerb stellt Unternehmen immer vor neue Herausforderungen. Führungs- und Steuerungsinstrumente sollen auf sich ständig verändernde Faktoren punktgenau reagieren. Controlling als funktionsübergreifendes Steuerinstrument wird zum entscheidenden Schlüssel für den Unternehmenserfolg. Die Einführung von strategischer Orientierung am Kunden und an Wertschöpfung in den Unternehmen erfordert die Anpassung der Controllingkonzepte. Durch gemeinsame Ziele und Vorgehensweisen lassen sich dadurch weitere Optimierungspotenziale ermitteln. Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen die elementaren Kostenrechnungsarten. Sie können beurteilen, wie sich Veränderungen in der Wertschöpfungskette auf die Kosten auswirken können. Die Teilnehmer können die richtigen Kennzahlen zur Beurteilung und Steuerung der Produktion festlegen und anwenden und sind somit in der Lage, entscheidend im Kostenmanagement des Unternehmens mitwirken zu können. Methodenkompetenz Sie werden mit geschärftem Kostenbewusstsein kreativ Kosteneinsparungspotentiale identifizieren, planen und umsetzen. Sie nutzen Visualisierungsmethoden zur Abbildung von Produktionszielen. Sozialkompetenz Die Teilnehmer bereiten Ergebnisse und Kennzahlen zielgerichtet auf und können diese präsentieren und argumentativ vertreten.			

Die zusätzliche Vertiefung erfolgt durch die Vergabe von Projektaufgaben und Case-Studies im Arbeitsbereich des jeweiligen Studierenden im eigenen Unternehmen. Die detaillierte Aufgabenstellung wird mit dem Dozenten individuell abgesprochen. Der dafür vorgesehene Arbeitsaufwand liegt bei ca. 30 h.

Inhalt:

- Grundlagen des Controlling
- Bedeutung des Controlling für KMU Betriebe
- Basis der betrieblichen Kostenrechnung (Personalkosten, Maschinenkosten, Rüstkosten)
- Ableiten der Unternehmensziele auf Teilbereiche – Visualisierung dieser Ziele
- Kostenplanung auf Basis der Vollkostenrechnung (BAB) – inklusive praktische Übungen (Excel)
- Bedeutung der Inventurbestände (gebundenes Kapital und Bestandskosten)
- Investitionsrechnung mit der Kapitalwertmethode - Beispiel basierend auf Low-Cost- Automation – inkl. Fallstudie
- Soll-/Ist-Analyse (Gesamtbild – Abweichungsanalyse – Aktionspläne)
- Betriebliche Kennzahlen: Herleitung und Weiterentwicklung – inklusive praktische Übungen (Excel)
- Implementierung einer „Balanced Scorecard“, Instrument für zielorientiertes Arbeiten

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten
Keine Anmerkungen

Literatur:

- MÜLLER, Jochem, 2009. *Basis-Kompendium für Controller: Das kompakte Nachschlagewerk für Einsteiger und Profis.*

Prozesse VI: Supply Chain Management			
Modulkürzel:	SMA-SCM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	7	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Prozesse VI: Supply Chain Management		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzun-gen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Strategische Wertschöpfung und Kundenorientierung bekommt eine besondere Bedeutung über die Unternehmengrenzen hinaus, da nur die Gesamtbetrachtung der Wertschöpfungskette zu Operational Excellence führen wird. Fachkompetenz Die Teilnehmenden kennen und beherrschen die Zusammenhänge des Lean Ansatzes mit der Philosophie von Supply Chain Management. Beide Ansätze haben die ganzheitliche Betrachtung der Wertschöpfungskette und deren Ausrichtung auf den Kundenbedarf gemeinsam. Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse im ganzheitlichen Management von Supply Chains. Sie kennen und verstehen grundsätzliche Probleme, die beim Management von intra- und vor allem interorganisationalen Lieferketten (sog. Supply Chains) auftreten. Darüber hinaus kennen sie Erfolgsfaktoren, die zu einer integrierten Leistungserstellung in Supply Chains beitragen sowie Logistikkonzepte, die diese Verbesserungspotenziale für unterschiedliche Branchen implementieren. Methodenkompetenz Die Teilnehmenden besitzen die Fähigkeit zur kritischen Reflektion aktueller Entwicklungen und zur Anwendung des Wissens um die Zusammenhänge in der Supply Chain. Sie wenden die wichtigsten Methoden und Entscheidungshilfen zur Lösung von SCM-Problemen an. Sie sind in der Lage, die genannten Probleme zu identifizieren und zu analysieren sowie praxisrelevante Maßnahmen bzgl. der identifizierten Probleme abzuleiten und anzuwenden.			

Sozialkompetenz

Die Teilnehmenden können komplexe und fachbezogene Inhalte zur Optimierung der Lieferkettenspezifischen Abläufe zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage, aktuelle Fragen des Supply Chain Managements kontrovers zu diskutieren.

Die zusätzliche Vertiefung erfolgt durch die Bearbeitung einer Case Study im Arbeitsbereich des jeweiligen Studierenden im eigenen Unternehmen. Die detaillierte Aufgabenstellung wird mit dem Dozierenden individuell abgesprochen. Der dafür vorgesehene Arbeitsaufwand liegt bei ca. 40 h.

Inhalt:

- Einführung in das Supply Chain Management (SCM)
- Grundlagen des SCM
- Modelle zur Gestaltung und Bewertung der Supply Chain
- Fallstudien / Simulationen zum Supply Chain Management

Studien- / Prüfungsleistungen:

mündliche Prüfung, 15 Minuten
Keine Anmerkungen

Literatur:

- WERNER, Hartmut, 2013. *Supply Chain Management - Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling*. Wiesbaden: Springer.
- HESS, Gerhard, 2010. *Supply-Strategien in Einkauf und Beschaffung: systematischer Ansatz und Praxisfälle*. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-1991-5, 3-8349-1991-8
- CHOPRA, Sunil und Peter MEINDL, 2014. *Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung*. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86894-188-3
- KUHN, Axel und Bernd HELLINGRATH, 2002. *Supply Chain Management: optimierte Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette*. Berlin [u.a.]: Springer. ISBN 3-540-65423-2
- MELZER-RIDINGER, Ruth, 2007. *Supply-Chain-Management: prozess- und unternehmensübergreifendes Management von Qualität, Kosten und Liefertreue*. München: Oldenbourg. ISBN 978-3-486-58259-8, 3-486-58259-3

Logistikmanagement			
Modulkürzel:	SMA-LogM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	8	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Logistikmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ex - seminaristischer Unterricht/Exkursion		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen und beherrschen die wesentlichen Zusammenhänge logistischer Funktionen im Unternehmen, sie sind in der Lage Logistikstrategien zu entwickeln. Sie besitzen die Fähigkeit, logistische Abläufe in den verschiedenen Bereichen des Unternehmens zu erkennen und diese zielgerichtet zu optimieren. Die Teilnehmer können zwischen strategischem und operativem Produktions- und Logistikmanagement differenzieren. Sie können die jeweiligen Gestaltungsfelder beschreiben und die aktuellen Herausforderungen an das Logistikmanagement, insbesondere in einem internationalen Kontext, wiedergeben und erläutern. Methodenkompetenz Die Teilnehmer sind auf Basis des erlernten Wissens in der Lage die Methoden des Logistikmanagements in einem internationalen Kontext anzuwenden, für die Lösung praktischer Probleme geeignete produktionswirtschaftliche Methoden und Werkzeuge - auch für nicht standardisierte Fragestellungen - auszuwählen, Entscheidungsfelder im Logistikmanagement sowie zugehörige Einflussgrößen ganzheitlich zu beurteilen. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können komplexe und fachbezogene Inhalte zur Optimierung der Lieferkettenspezifischen Abläufe zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage, aktuelle Fragen des Logistikmanagements kontrovers zu diskutieren sowie Probleme und Lösungen vor Fachpersonen zu vertreten und Ideen weiterzuentwickeln. Die zusätzliche Vertiefung erfolgt durch die Bearbeitung von Fallbeispielen im Arbeitsbereich des jeweiligen Studierenden. Die detaillierte Aufgabenstellung wird mit dem Dozenten individuell abgesprochen. Der dafür vorgesehene Arbeitsaufwand liegt bei ca. 35 h.			

Inhalt:
• Grundlagen der Logistik • Logistikstrategien • Funktionsbereiche der Beschaffungslogistik - ausgewählte Themen und Methoden • Funktionsbereiche der Produktionslogistik - ausgewählte Themen und Methoden • Funktionsbereiche der Distributionslogistik - ausgewählte Themen und Methoden • Entsorgungslogistik • Leistungssicherung in der Logistik
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Keine Anmerkungen
Literatur:
• CORSTEN, Hans und Ralf GÖSSINGER, 2016. <i>Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement</i>. 14. Auflage. Berlin: De Gruyter Oldenbourg. ISBN 978-3-11-045277-8, 3-11-045277-4 • DYCKHOFF, Harald und Thomas Stefan SPENGLER, 2010. <i>Produktionswirtschaft: eine Einführung</i>. Heidelberg [u.a.]: Springer. ISBN 978-3-642-13683-2, 978-3-642-13684-9 • HEIZER, und RENDER, . .

Prozesse VII: TPM			
Modulkürzel:	SMA-TPM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	8	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Prozesse VII: TPM		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Stabile Prozesse sind in der Fertigung eine zwingende Voraussetzung zur Erhaltung der Prozesssicherheit und Sicherstellung einer kontinuierlichen Lieferbereitschaft gegenüber internen und externen Kunden. TPM steht neben „Total Productive Maintenance“ und damit fokussiert auf die Instandhaltung, auch für „Total Productive Management“ und damit für die Philosophie von Operational Excellence über Produktivität, Anlagenverfügbarkeit und Vermeidung von Verlusten zu erreichen. Fachkompetenz Die Teilnehmer verstehen die Grundsätze, Ziele und den Aufbau des Total Productive Management Systems in Theorie und Praxis. Sie kennen die 8 Säulen von TPM in den einzelnen Stufen der Implementierung bis hin zur autonomen Instandhaltung. Methodenkompetenz. Sie entwickeln Strukturen zur Einführung von TPM als Philosophie zu Operational Excellence. Sie bewerten die Anlagenverfügbarkeit und Leistung der Produktion mit der Overall Equipment Efficiency. Sozialkompetenz Die Teilnehmer verstehen die Bedeutung der Information sowie Schulung und Qualifikation der Mitarbeiter als Schlüssel für eine erfolgreiche Einführung von Operational Excellence auf der Grundlage von Total Productive Management.			
Inhalt:			
Grundlagen und Notwendigkeit von TPM			

- TPM im Sinne von „Total Productive Maintenance“
- Erweiterung von TPM auf „Total Productive Management“
- Erfassen und visualisieren von Verlusten an Produktionslinien
- Zielgerichtete Verbesserungen systematisch angehen
- Einfache Verlustursachen-Analysetechniken
- Fehlerfrüherkennung durch visuelles Management
- Schulung und Trainingsstrategien
- Methoden und Instrumente der kontinuierlichen Verbesserung
- Die 7 Stufen zur autonomen Instandhaltung
- Optimaler Anlagengrundzustand durch Autonome Instandhaltung (AIH)
- Im Rahmen der Präsenzzeiten werden die theoretischen Inhalte durch praktische Übungseinheiten in der Lehrfabrik und/oder in einem Unternehmen und mit aktuellen Themen aus der beruflichen Praxis der Teilnehmer oder durch Fallbeispiele untermauert.

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)
Keine Anmerkungen

Literatur:

- MITTELHÄUSSER, Wolfram, 2013. *Die TPM-Fibel: das ganzheitliche Produktionssystem für die Prozessindustrie ; [JIPM Veröffentlichung]*. Bedburg: Adept-Media. ISBN 978-3-9807276-5-5, 3-9807276-5-3
- MAY, Constantin und Peter SCHIMEK, 2015. *Total Productive Management: Grundlagen und Einführung von TPM - oder wie Sie Operational Excellence erreichen*. Herrieden: CETPM Publ.. ISBN 978-3-940775-05-4, 3-940775-05-3
- HARTMANN, Edward H. und Dagmar BEESE, 2000. *TPM: effiziente Instandhaltung und Maschinenmanagement ; Stillstandzeiten verringern, Maschinenleistungen steigern, Betriebszeiten erhöhen ; [Analyse und Umsetzung]*. Landsberg: Verl. Moderne Industrie. ISBN 3-478-91374-8
- KOCH, Arno, 2021. *OEE für das Produktionsteam: das vollständige OEE-Benutzerhandbuch - oder wie Sie die verborgene Maschine entdecken*. Herrieden: Deutscher Management Verlag. ISBN 978-3-940775-04-7, 3-940775-04-5

Kreativität und Innovation			
Modulkürzel:	SMA-KI	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	8	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kreativität und Innovation		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
In den meisten Unternehmen steht wegen Wettbewerbs- und Zeitdruck meist wenig Zeit für innovative und kreative Ideen und Lösungen zur Verfügung. Nur wer sich Zeit nimmt, kann die Früchte des Kreativpotenzials auch wirklich ernten. Doch in einem dicht gedrängten Tagesablauf gewinnen oft eher operative Tätigkeiten die Oberhand, scheint „eilig und dringend“ wichtiger als vorausschauend proaktives Innovieren. Dies kann durchaus auch in kontinuierlichen, kleinen Schritten ablaufen, es muss nicht immer eine noch nie da gewesene, geniale besonders neuartige Idee sein. Je erfolgreicher ein Unternehmen ist, umso größer ist dabei häufig auch die Gefahr, sich in Sicherheit zu wiegen, in Zufriedenheit mit dem Status Quo, den bisherigen Verfahren und Vorgehensweisen, der bereits erreichten Marktposition. Und so wird Erfolg zuweilen das Innovationshindernis der Zukunft. Expertentum und Spezialwissen sind nötig, um oft hoch komplexe Sachverhalte zu verstehen, zu bewältigen und weiterzuentwickeln. Doch es gilt auch: Wissen verhindert Fortschritt, wenn zu stark an angeeigneten Sichtweisen und Gesetzmäßigkeiten festgehalten wird. Nur wer die gewohnte Routine, die „ungeschriebenen Gesetze“ der Organisation, der Branche und des Marktes konstruktiv in Frage stellt, findet Ansatzpunkte für Verbesserung und Innovationen. Mit den passenden Kreativitätstechniken und Denkttools lassen sich innovative Ideen systematisch entwickeln, genau dann, wenn sie auch gebraucht werden. Fachkompetenz Die Teilnehmer haben ein ganzheitliches Verständnis von Kreativität im Sinne einer verlässlich einsetzbaren Problemlösefähigkeit. Die Studierenden kennen einen Ansatz, wie Optimierungs- und Veränderungsprozesse mit Struktur voranzubringen sind. Sie verbinden strategisches Vorgehen und Kreativität in produktiver Weise und wissen, wie es möglich ist,			

die Problemlösefähigkeit wirksam zu fördern und neue Ideen und Lösungsansätze auch auf den Weg zu bringen.

Methodenkompetenz

Die Teilnehmer wenden umfangreiche Methoden und Techniken zur Ideenfindung sowie zum Managen von Ideen und deren Beurteilung anhand eines durchgängigen Unternehmensbeispiels an. Dadurch entsteht ein hoher Praxisbezug.

Sozialkompetenz

Das erworbene Know-how nehmen die Studierenden mit in den Berufsalltag und sind damit in der Lage, ihre kreative Problemlösefähigkeit jederzeit zu mobilisieren.

Dies befähigt sie zukünftig, innerhalb der betrieblichen Optimierungs- und Veränderungsprozesse proaktiv die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens mitzugestalten.

Während der Präsenzphase erarbeiten sich die Studierenden ein umfangreiches Repertoire durch Selbstanwenden von Methoden und Techniken anhand durchgängiger Fallbeispiele.

Inhalt:

Übersicht

Verständnis von Kreativität als kreative Problemlösefähigkeit im Optimierungsprozess/ strukturierten Verbesserungsprozess.

Navigation durch den Kreativprozess (Die Wachstumsspirale - IDEEN MANAGEN)

Erkenntnisse der Kreativitätsforschung bezüglich der Denkstile und Verknüpfung mit den einzelnen Phasen des Prozesses.

Durchgängiges Praxisbeispiel eines Optimierungsprozesses: von der Situationsanalyse über die Aufgabenformulierung, die Ideenfindung und Ideenkonkretisierung bis zur Ermittlung des Ideenpotenzials sowie Ausblick auf die Realisierung und Überprüfung.

Im Detail

- Managen von Ideen: Die Ergänzung von Kreativität und Struktur
- Wahl des Denkstiles: Die gezielte Erschließung von Ideen durch den passenden Denkstil
- Einen Kaltstart in den Optimierungsprozess vermeiden
- Die Tragweite des Suchwinkels im Optimierungsprozess erkennen
- Barrierefreie Aufgabenformulierung
- Regeln und Rahmenbedingungen zur Ideenfindung
- Kreativ-Warm-Up als Vorbereitung für Ideenfindungstechniken
- Die praxisbezogene Anwendung verschiedener Ideenfindungstechniken
- Praxisbezogene Ideenkonkretisierung
- Erkennen des Potenzials bei Lösungsansätzen
- Anwenden von Techniken zur Ideenbeurteilung

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

Keine Anmerkungen

Literatur:

- AERSSSEN, Benno van, 2009. *Revolutionäres Innovationsmanagement: mit Innovationskultur und neuen Ideen zu nachhaltigem Markterfolg ; [mit 50 Kreativ-Tools]*. München: mi-Verl.. ISBN 978-3-86880-018-0, 3-86880-018-2
- BIRKENMEIER, Beat und Harald BRODBECK, 2010. *Wunderwaffe Innovation: was Unternehmen unschlagbar macht - ein Ratgeber für Praktiker*. Zürich: Orell Füssli. ISBN 978-3-280-05379-9
- BLUMENSCHNIG, Annette, EHLERS, Ingrid Ute, 2015. *Ideen managen: Eine verlässliche Navigation im Kreativprozess* [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-07737-2, 9783658077365. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-07737-2>.
- DE BONO, Edward, 1996. *Serious creativity: die Entwicklung neuer Ideen durch die Kraft lateralen Denkens*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 3-7910-1065-4
- BUROW, Olaf-Axel, 2000. *Ich bin gut - wir sind besser: Erfolgsmodelle kreativer Gruppen*. Stuttgart: Klett-Cotta. ISBN 3-608-94006-5
- COOPER, Robert G., 2010. *Top oder Flop in der Produktentwicklung: Erfolgsstrategien: von der Idee zum Launch*. Weinheim: Wiley-VCH Verl.. ISBN 978-3-527-50512-8, 3-527-50512-1
- FASCHINGBAUER, Michael, 2021. *Effectuation: Wie erfolgreiche Unternehmer denken, entscheiden und handeln*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-4938-0
- GARDNER, Howard, 2002. *Kreative Intelligenz: was wir mit Mozart, Freud, Woolf und Gandhi gemeinsam haben*. München [u.a.]: Piper. ISBN 3-492-23415-1
- HOLM-HADULLA, Rainer M., 2010. *Kreativität: Konzept und Lebensstil*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. ISBN 978-3-525-49073-0

Prozesse VIII: Marketingmanagement			
Modulkürzel:	SMA-MM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudiengang) (SPO WS 19/20)	8	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Prozesse VIII: Marketingmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Studierenden kennen die Grundlagen des Marketingmanagements aus verschiedenen Perspektiven (u.a. theoretische Perspektive, informationsbezogene Perspektive, strategische Perspektive, führungsbezogene Perspektive) und lernen deren systematische Anwendung anhand von praktischen Beispielen und Marketingprojekten. Methodenkompetenz Die Studierenden erwerben bzw. erweitern im Rahmen des Modules Marketingmanagement Kompetenzen auf dem Gebiet der Teamfähigkeit, Projektorganisation, Rhetorik und Präsentationstechnik. Sozialkompetenz Sie verstehen die Komplexität von Marketingmanagement in einem Unternehmen und dessen Bedeutung für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg.			
Inhalt:			
• Einführung • Informationsphase; Kreativphase • Analyse des Aufgabenfeldes • Problemlösungsphase			

- Erarbeitung einer Konzeption
- Interaktion (Erarbeitung praktischer Beispiele)
- Erstellung eines Projektberichtes mit modernen Medien
- Präsentation der Projektergebnisse

Studien- / Prüfungsleistungen:

Referat, 15 Minuten (außerhalb Prüfungszeitraum)
Keine Anmerkungen

Literatur:

- HOMBURG, Christian, 2020. *Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung*. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-29637-7, 3-658-29637-2
- HOMBURG, Christian, 2020. *Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung* [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien PDF e-Book. ISBN 978-3-658-29638-4. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-29638-4>.

Personalmanagement			
Modulkürzel:	SMA-Perso.mgmt.	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	11	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Personalmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer wenden ihre fundierten Kenntnisse hinsichtlich der strategischen Relevanz der Human Resources für das Unternehmen an. Sie besitzen detailliertes Wissen bezüglich des personalwirtschaftlichen Instrumentariums im Unternehmen. Sie besitzen die Befähigung, personalpolitische Fragestellungen erfolgreich zu bearbeiten und das personalwirtschaftliche Instrumentarium zu handhaben. Sie besitzen die für den Personalbereich relevanten Basiskompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit oder Teamfähigkeit. Methodenkompetenz Die Teilnehmer sollen neben dem Erwerb theoretischer Kenntnisse des Managements von Personal und Mitarbeitern v.a. für die Bewältigung relevanter personalbezogener Fragestellungen vorbereitet werden. Im Rahmen von Übungen werden weiterhin aktiver Transfer und Anwendung forciert. Anhand verschiedener Simulationen und Rollenspiele werden Studenten mit konkreten Situationen des Personalmanagements konfrontiert und können verschiedene Instrumente (z.B. Assessment Center, Kompetenzprofile) im Eigenexperiment erproben. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können die Inhalte, Konzepte, Theorien und Methoden des Personalmanagements strukturiert erarbeiten und anwenden sowie diese kritisch bewerten. Sie können selbständig relevante Frage- und Problemstellungen für die verschiedenen Funktionen des Personalmanagements in Organisationen formulieren, analysieren, beispielhaft bearbeiten und eigenständig Handlungsempfehlungen entwickeln. Mit dem			

Verstehen personalwirtschaftlicher und arbeitsrechtlicher Zusammenhänge erlangen die Teilnehmer größere Sicherheit zur Abschätzung betriebswirtschaftlicher Risiken und werden sicherer im Umgang mit ihren Mitarbeitern.
Inhalt:
• Bedeutung des Human Resource Managements im Rahmen des strategischen Managements • Führungsethik • Funktionen und organisatorische Gestaltung des Human Resource Managements • Gesellschaftliches Umfeld der Personalpolitik • Personelle Leistungsbereitschaft • Personalbetreuung und –pflege • Lohn- und Anreizsysteme • Arbeitszeitgestaltung • Informationssysteme des Personalmanagements • Personalcontrolling • Interkulturelles Human Resource Management • Human Resource Management in wirtschaftlich schwierigen Zeiten • Human Resource Management der Zukunft
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Keine Anmerkungen
Literatur:
• BERTHEL, Jürgen und Fred G. BECKER, 2025. <i>Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit</i>. 13. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-6346-1, 3-7910-6346-4

International Business			
Modulkürzel:	SMA-Int.Bus.	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	11	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Business		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Mangement		
Empfohlene Voraussetzun-gen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer erhalten im Modul International Business einen Überblick und kennen damit die Instru-mente der internationalen Kommunikationspolitik, Markenpolitik, Exportmarktforschung, Exportförderung etc. Sie kennen die Unterschiede bei der nationalen Marktbearbeitung im Vergleich zur internationalen Marktbearbeitung und können diese beurteilen. Methodenkompetenz Die Teilnehmer haben ein solides Grundverständnis der Thematik. Dazu gehören auch das eigenständige kri-tische Beobachten, das systematische Suchen alternativer Denk- und Lösungsansätze sowie das Hinterfragen von Lehrmeinungen. Sie sind in der Lage, theoretische Erkenntnisse auf die Praxis zu übertragen und anzu-wenden. Sie verfügen über Kenntnisse, die es ihnen erlauben, komplexe Aufgaben zu strukturieren und effi-zient zu bearbeiten. Sie haben die Fähigkeit erworben, die für eine Problemlösung notwendigen Informatio-nen effizient zu beschaffen und praxisorientierte Lösungen zu entwickeln. Sozialkompetenz Die Teilnehmer sind in der Lage Prioritäten zu setzen. Sie treffen termin- und situationsgerechte Entschei-dungen und sind bereit, Verantwortung in Betrieb und Gesellschaft zu tragen. Sie stellen sich auf Verände-rungen und verschiedene Situationen ein, gestalten diese aktiv mit und sind den damit verbundenen physi-schen und psychischen Herausforderungen gewachsen. Die Absolventinnen und Absolventen haben grund-legende Führungskompetenzen erworben und sind damit befähigt, schon bald nach dem Abschluss erste Führungsaufgaben zu übernehmen.			

Inhalt:
• Gründe für Internationalisierung • Überblick über die internationale Kommunikationspolitik, Markenpolitik, Exportförderung etc. • Vorgehensweise bei der Informationsbeschaffung über Exportmarktforschung • Vorgehensweisen zur internationalen Markterschließung • Zusammenhänge, die den Erfolg des Unternehmens beeinflussen (können) • Wichtige internationale Exportförderinstrumente • Weitere Themen aus dem Komplex internationaler Marketing-Mix
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Keine Anmerkungen
Literatur:
• COLLINSON, Simon, Rajneesh NARULA und Alan M. RUGMAN, 2020. <i>International Business</i>. ISBN 978-1-292-27416-4 • GRIFFIN, Ricky W. und Michael W. PUSTAY, . <i>International Business</i>. ISBN 978-1-292-31379-5 • HOLTBRÜGGE, Dirk und Martin K. WELGE, 2015. <i>Internationales Management</i>. Wiesbaden: Schäffer Poeschel. ISBN 978-3-7910-3407-2 • BRENNER, Hatto und Cecilia MISU, 2015. <i>Internationales Business Development</i>. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-05658-2 • KUTSCHKER, Michael und Stefan SCHMID, 2010. <i>Internationales Management</i>. ISBN 978-3486597134

1. Praktisches Studiensemester

Modulkürzel:	SMA-Prakt.Studiensem.1	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	9	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	15 ECTS / 12 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	1 h	
	Selbststudium:	374 h	
	Gesamtaufwand:	375 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	1. Praktisches Studiensemester		
Lehrformen des Moduls:	SMA-Prakt.Studiensem.1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und deren Zusammenhänge und werden in die wesentlichen Entscheidungsbereiche eines Managers eingeführt. Methodenkompetenz Die Teilnehmer wenden grundlegende Methoden zur analytischen Betrachtung von Situationen an. Sozialkompetenz Die Teilnehmer diskutieren betriebswirtschaftliche Situationen.			
Inhalt:			
Das praktische Studiensemester ist ein in das Studium integriertes, von der Hochschule Ansbach geregeltes, inhaltlich bestimmtes, betreutes und begleitetes Studiensemester, das außerhalb der Hochschule abzuleisten ist. In der Regel findet es im Unternehmen des Studierenden statt. Ein Semester umfasst in der Regel einen Zeitraum von 10 Wochen. Die Praxisbetreuung erfolgt durch den Modulverantwortlichen oder einen Dozenten aus dem Studiengang, abhängig vom Schwerpunkt der Aufgabenstellung. Der Betreuer legt gemeinsam mit dem Studierenden die Projektaufgabe, Aufgabenstellung und Zielsetzung fest. Er begleitet den/die Studierenden während des Projektes, damit eine wissenschaftliche Bearbeitung unter Berücksichtigung bereits angeeigneter Kompetenzen aus dem Studium richtig und zielorientiert angewendet wird.			

Mögliche Inhalte des Praktikums, bzw. einer Projektarbeit können sein:

- Bearbeitung von Aufgabenstellungen im betrieblichen Management
- Durchführung oder Teilnahme an Projekten zur Verbesserung betrieblicher Abläufe und Prozesse
- Anwendung wissenschaftlicher Methoden
- Mitgestaltung operativer Abläufe im Unternehmen
- Betriebliche Aufgabenstellung zur Lösung von Problemen,
operative Tätigkeiten zur Gestaltung der betrieblichen Praxis

Zum Nachweis wird die Erstellung eines Praktikumsberichtes gefordert.

Studien- / Prüfungsleistungen:

Bericht (außerhalb Prüfungszeitraum)

Anerkennung durch LN

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

2. Praktisches Studiensemester

Modulkürzel:	SMA-Prakt.Studiensem.2	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudiengang) (SPO WS 19/20)	10	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	15 ECTS / 12 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	1 h	
	Selbststudium:	374 h	
	Gesamtaufwand:	375 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	2. Praktisches Studiensemester		
Lehrformen des Moduls:	SMA-Prakt.Studiensem.2: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer sind in der Lage, berufsfeldrelevante Aufgabenstellungen in den Praxisbereichen des Strategischen Managements und in Übereinstimmung mit ihrem professionellen Wissen und Verstehen zu bestimmen und unter Anleitung zu lösen. Die Teilnehmer sind fähig, die praktische Arbeitssituation in ihrem spezifischen Berufsfeld in ihren verschiedenen Facetten zu erfassen und die im Studium bisher erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten anzuwenden. Methodenkompetenz Die Teilnehmer sind in der Lage, das für die Arbeit im Praktikum erforderliche Grundlagen- und Spezialwissen selbstständig erarbeiten zu können. Sozialkompetenz Die Teilnehmer entwickeln und vertiefen Ansätze einer beruflichen Identität und entwickeln eine berufliche Perspektive. Sie verfügen über eine stabile, belastungsfähige und ausgeglichene Persönlichkeit. Die Teilnehmer verfügen über eine selbstkritische und reflektierende Haltung zur Ausübung ihrer Berufsrolle und definieren selbstständig Grenzen und Möglichkeiten ihres berufspraktischen Handelns.			
Inhalt:			
Das praktische Studiensemester ist ein in das Studium integriertes, von der Hochschule Ansbach geregeltes, inhaltlich bestimmtes, betreutes und begleitetes Studiensemester, das außerhalb der Hochschule Ansbach abzuleisten ist. In der Regel findet es im Unternehmen des Studierenden statt. Ein Semester umfasst in der			

Regel einen Zeitraum von 10 Wochen. Die Praxisbetreuung erfolgt durch den Modulverantwortlichen oder einen Dozenten aus dem Studiengang, abgängig vom Schwerpunkt der Aufgabenstellung. Der Betreuer legt gemeinsam mit dem Studierenden die Projektaufgabe, Aufgabenstellung und Zielsetzung fest. Er begleitet den/die Studierenden während des Projektes, damit eine wissenschaftliche Bearbeitung unter Berücksichtigung bereits angeeigneter Kompetenzen aus dem Studium richtig und zielorientiert angewendet wird.

Mögliche Inhalte des Praktikums, bzw. einer Projektarbeit können sein:

- Bearbeitung von Aufgabenstellungen im betrieblichen Management,
- Durchführung oder Teilnahme an Projekten zur Verbesserung betrieblicher Abläufe und Prozesse,
- Anwendung wissenschaftlicher Methoden,
- Mitgestaltung operativer Abläufe im Unternehmen.
- Betriebliche Aufgabenstellung zur Lösung von Problemen, operative Tätigkeiten zur Gestaltung der betrieblichen Praxis.

Zum Nachweis wird die Erstellung eines Praktikumsberichtes gefordert.

Studien- / Prüfungsleistungen:

Anerkennung (außerhalb Prüfungszeitraum)

Keine Anmerkungen

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Bachelorarbeit			
Modulkürzel:	SMA-BA	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	11	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	10 ECTS / 8 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	68 h	
	Selbststudium:	182 h	
	Gesamtaufwand:	250 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Bachelorarbeit		
Lehrformen des Moduls:	1: BAr - Bachelorarbeit		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer sind in der Lage, eine komplexe, ggf. praxisbezogene Themenstellung, aus dem Bereich Strategisches Management oder Management Excellence unter Anwendung des erworbenen Fach- und Methodenwissens und der Techniken wissenschaftlichen Arbeitens zu bearbeiten. Methodenkompetenz Die Teilnehmer wählen für die Bearbeitungsaufgabe die adäquaten wissenschaftlichen Methoden aus und bringen diese zielführend zu Anwendung. Sozialkompetenz Die Teilnehmer haben die Fähigkeit eine umfangreiche wissenschaftliche Aufgabe selbständig zu bearbeiten. Bei der Bearbeitung von praktischen Aufgaben machen Sie sich das Wissen der Mitarbeiter entsprechender Fachbereiche zu Nutze.			
Inhalt:			
Die Aufgabenstellung wird, von einem Vorschlag der Studierenden ausgehend, mit den Betreuern abgesprochen. Wünschenswert ist die Bearbeitung von Projekten der betrieblichen Praxis. Der Betreuer begleitet den Teilnehmer während der Durchführung der Bachelorarbeit. Es werden grundsätzliche Empfehlungen und organisatorische Informationen gegeben.			
Studien- / Prüfungsleistungen:			
Bachelorarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)			

Keine Anmerkungen
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.2 Wahlpflichtbasismodule

Arbeitstechnik			
Modulkürzel:	SMA-AT	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Arbeitstechnik		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Mangement		
Empfohlene Voraussetzun- gen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer sind in der Lage Haus- und Seminararbeiten sowie Präsentationen zu erstellen. Methodenkompetenz Die Teilnehmer kennen Lernmethoden und Arbeitsstile und können Ihre Zeit entsprechend planen. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können in der Gruppe arbeiten.			
Inhalt:			
• Ziele und Didaktik • Kreativität/Ideenfindung • Lernmethodik, Arbeitsstil, Zeitmanagement, Transaktionsanalyse • Einzel- und Gruppenarbeit, Motivation			
Studien- / Prüfungsleistungen:			
keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum) LN: schrP / mdlP			

Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten. www.vhb.org
Arbeitstechnik

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Elektrotechnik			
Modulkürzel:	SMA-ET	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Elektrotechnik		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzun- gen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen erarbeiten die Gesetzmäßigkeiten der Gleich- und Wechselstromtechnik und be- schreiben Ursachen und Wirkungen des magnetischen und elektrischen Feldes. Sie werden vertraut mit dem Aufbau, der Wirkungsweise, den Einsatzgebieten und dem Betriebsverhalten von elektrischen Maschinen. Sie informieren sich über Schutzmaßnahmen und deren Wirkung. Methodenkompetenz Die Teilnehmer realisieren Schaltungen von elektrischen Anlagen und Maschinen, messen und interpretie- ren die Kenngrößen und beachten die einschlägigen Normen und Sicherheitsbestimmungen. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können elektrotechnische Zusammenhänge verständlich erklären.			
Inhalt:			
• Aktive und passive Bauelemente im elektrischen Stromkreis • Elektrische Leistung und Arbeit • Elektrischer Strom und Magnetfeld • Elektrische Maschinen im Gleich-, Wechsel- und Drehstromkreis			

Studien- / Prüfungsleistungen:
keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum) LN: schrP / mdIP Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Es kann zur Anrechnung durch eine berufliche Weiterbildung kommen.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Fertigungstechnik			
Modulkürzel:	SMA-FT	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Fertigungstechnik		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer sind in der Lage, Fertigungsprozesse zur Herstellung und Veränderung von Produkten zu planen, zu organisieren und zu überwachen. Sie sind in der Lage, fertigungstechnische Einzelheiten und Zusammenhänge sowie Optimierungsmöglichkeiten des Fertigungsprozesses zu erkennen und zweckentsprechende Maßnahmen einzuleiten. Methodenkompetenz Beim Einsatz neuer Maschinen, Anlagen und Werkzeuge sowie bei der Be- und Verarbeitung neuer Werkstoffe und Fertigungshilfsstoffe sollen sie die Auswirkungen auf den Fertigungsprozess erkennen und berücksichtigen können. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können fertigungstechnische Zusammenhänge verständlich erklären.			
Inhalt:			
- Planen und Analysieren von Fertigungsaufträgen und Festlegen der anzuwendenden Verfahren, Betriebsmittel und Hilfsstoffe einschließlich der Ermittlung der erforderlichen technischen Daten - Einleiten, Steuern, Überwachen und Optimieren des Fertigungsprozesses - Umsetzen der Instandhaltungsvorgaben und Einhalten qualitativer und quantitativer Anforderungen			

- Beurteilen von Auswirkungen auf den Fertigungsprozess beim Einsatz neuer Werkstoffe, Verfahren und Betriebsmittel
- Anwenden der numerischen Steuerungstechnik beim Einsatz von Werkzeugmaschinen, bei der Programmierung und Organisation des Fertigungsprozesses unter Nutzung von Informationen aus rechnergestützten Systemen
- Einsatz und Überwachung von Automatisierungssystemen einschließlich der Handhabungs-, Förder- und Speichersysteme
- Aufstellen und Inbetriebnahme von Maschinen und Fertigungssystemen

Studien- / Prüfungsleistungen:

keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum)

LN: schrP / mdlP

Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Es kann zur Anrechnung durch eine berufliche Weiterbildung kommen.

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Kommunikationstechnik			
Modulkürzel:	SMA-KomTech	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kommunikationstechnik		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer können grundlegende Führungs- und Kommunikationstechniken in der Praxis anwenden. Methodenkompetenz Die Teilnehmer wenden geeignete Methoden zur Erstellung von Programmen und Informationen an. Sozialkompetenz Die Teilnehmer kennen die Gefahren und Risiken von elektronischen Kommunikationssystemen			
Inhalt:			
• Grundlagen der Hard- und Software • Das Internet • Funktionsübergreifende Standardsoftware • Datenmodellierung, Datenbanken • Integrierte Anwendungssysteme • Planung und Realisierung von Anwendungssystemen • Begriff und Aufgaben des Informationsmanagement (IM)			

• Struktogramme • Geschäftsprozessmodellierung
Studien- / Prüfungsleistungen:
keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum) LN: schrP / mdlP Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten (www.vhb.org). Grundlagen der Wirtschaftsinformatik
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Naturwissenschaftliche Grundlagen			
Modulkürzel:	SMA-NWGL	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Naturwissenschaftliche Grundlagen		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen die wichtigsten Begriffe, Konzepte und Gesetzmäßigkeiten naturwissenschaftlicher Zusammenhänge. Sie setzen die physikalischen Erkenntnisse in der Praxis um. Sie haben Kenntnisse über die Grundlagen der Chemie Methodenkompetenz Die Teilnehmer kennen grundlegende Methoden und Berechnungen physikalischer Themenstellungen Sozialkompetenz Die Teilnehmer können grundsätzliche Zusammenhänge erklären und vermitteln			
Inhalt:			
• Grundlagen der Mechanik und Erhaltungssätze der Physik • Grundlagen der Schwingungslehre • Einführung in die Wärmelehre und Thermodynamik • Gravitation, • Strahlen- und Wellenoptik • Gleichgewichte und Massenwirkungsgesetz, Säure-Base-Theorien,			

• Kohlenstoffchemie, Reaktivität, Kohlenwasserstoffe, funktionelle Gruppen und chemische Reaktionen
Studien- / Prüfungsleistungen:
keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum) LN: schrP / mdlP Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Es kann zur Anrechnung durch eine berufliche Weiterbildung kommen.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Organisation und Betriebsmanagement			
Modulkürzel:	SMA-ORGABM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Organisation und Betriebsmanagement		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer haben die Kenntnisse über die Aufgabengebiete und Ziele von Betrieben. Sie kennen die Instrumente der Aufbau- und Prozessorganisation und wenden diese an. Methodenkompetenz Die Teilnehmer sind in der Lage umfassende Aufgaben zum Themenfeld zu bearbeiten. Hierbei sollen wichtige Methoden der Organisationslehre eingesetzt werden (z.B. Projektmanagement, Prozessdokumentation). Sozialkompetenz Die Teilnehmer bearbeiten Aufgabenstellungen im Team und präsentieren Ergebnisse zielorientiert.			
Inhalt:			
• Überblick über die betriebliche Organisation und deren Einordnung • Grundlagen der Aufbau- und Prozessorganisation, so wie der wesentlichen Organisationsprinzipien • Methoden und Techniken als "Werkzeugkasten" zur organisatorischen Gestaltung • Organisation im Wandel, Grundzüge des Change Management • Vom Chaos zur Organisation • Arbeitsteilung & Koordination			

- Performance Improvement - Die Organisationsebene
- Performance Improvement - Die Aufgabenebene
- Einführung in das Prozessmanagement
- Logistik- / Fertigungsprozesse/Entwicklungsprozesse/Marketingprozesse
- Informelle Organisation/Unternehmenskultur/Politische Prozesse
- Veränderungsmanagement

Studien- / Prüfungsleistungen:

keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum)

LN: schrP / mdIP

Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten. www.vhb.org

Grundlagen der Organisation

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Projektplanung			
Modulkürzel:	SMA-ProjPI	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Projektplanung		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen die Begrifflichkeiten des Projektmanagements und haben einen Überblick über die Aufgaben eines Projektmanagers. Methodenkompetenz Sie können verschiedene Organisationsformen von Projekten und Projektstrukturen anwenden. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können Projekte im Team bearbeiten.			
Inhalt:			
• Grundlegende Aspekte des Projektmanagements • Projektinitialisierung • Projektplanung • Projektdurchführung • Projektabschluss • Projektbegleitende Aufgaben			

Studien- / Prüfungsleistungen:
keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum) LN: schrP / mdIP Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Es kann zur Anrechnung durch eine berufliche Weiterbildung kommen.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Prozessorganisation			
Modulkürzel:	SMA-Prozessorga	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Prozessorganisation		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen die Zusammenhänge einer integrierten Betrachtung von Prozess- und Informationsmanagement. Methodenkompetenz Die Teilnehmer kennen die Methoden zum Erstellen, Pflegen und Verteilen von Daten und Dokumenten, sowie ausgewählte Methoden zur Erstellung und Gestaltung von Prozessen. Sozialkompetenz Die Teilnehmer erstellen Prozessstrukturen unter Einbezug relevanter Personen.			
Inhalt:			
• Prozesse und Informationen • Bedeutung des Prozessmanagements • Prozessmanagement-Lebenszyklus • Informationsmanagement • Informationsmanagement im Prozessmanagement-Lebenszyklus • Datenmanagement			

- Dokumentenmanagement
- Netzwerkmanagement
- Wissensmanagement
- Prozess-Analyse
- Prozess-Modellierung
- Prozess-Gestaltung
- Prozess-Einführung
- Prozess-Ausführung und IT-Unterstützung
- Prozess-Controlling

Studien- / Prüfungsleistungen:

keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum)

LN: schrP / mdIP

Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten (www.vhb.org).

Prozess- und Informationsmanagement

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Qualitäts-, Umwelt- und Gesundheitsmanagement			
Modulkürzel:	SMA-QualitätUmweltGesundheitM	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Qualitäts-, Umwelt- und Gesundheitsmanagement		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzun-gen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer haben die Kenntnis der Grundlagen, der Struktur und des Aufbaus von Qualitäts- und Umweltmanagementsystemen. Darauf aufbauend kann sie die Verfahren zur Integration von Qualität und Umweltschutz in Unternehmen in ein integriertes Managementsystem. Methodenkompetenz Die Teilnehmer kennen die wesentlichen Inhalte und Zusammenhänge des Qualitätsmanagements, des Umweltschutzes und der gesundheitlichen Aspekte im Unternehmen. Sie können diese anwenden und vermitteln. Sozialkompetenz Die Teilnehmer entwickeln ein ausgeprägtes Verständnis zu Qualitäts- und Umweltthemen.			
Inhalt:			
• Objektbereich des Managements • Grundlagen der Organisationsgestaltung und -entwicklung • Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9001:2000 • Umweltmanagement nach DIN EN ISO 14001 und EMAS • Ansätze zur Integration von Qualitäts- und Umweltmanagement			

• Konzepte des Total Quality Managements (TQM), Business Excellence, EFQM-Modell
Studien- / Prüfungsleistungen:
keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum) LN: schrP / mdlP Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten (www.vhb.org). Integriertes Qualitäts- und Umweltmanagementsystem
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Qualitätstechnik			
Modulkürzel:	SMA-QT	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Qualitätstechnik		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse über Qualitätstechniken und organisatorisches Wissen zum Qualitätsmanagement. Methodenkompetenz Die Teilnehmer kennen und können grundlegende Qualitätstechniken anwenden. Sozialkompetenz Die Teilnehmer entwickeln ein ausgeprägtes Verständnis zu Qualitätsthemen.			
Inhalt:			
• Einführung und Begriffe • Statistische Grundlagen und Grundwerkzeuge des QM • Erweiterte Werkzeuge des QM • QM in der Produktplanung • QM in Entwicklung und Konstruktion • Grundlagen der Versuchsmethodik • Versuchsmethodik - Planung und Optimierung			

- Maschinen- und Prozessfähigkeit
- Prozesslenkung mit Qualitätsregelkarten und Precontrol
- Zuverlässigkeitsmanagement
- Qualitätsmanagementsysteme - Aufbau und Einführung

Studien- / Prüfungsleistungen:

keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum)

LN: schrP / mdIP

Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten (www.vhb.org).

Q-Tek Qualitätstechniken

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Sozial-, Arbeits- Wirtschaftsrecht			
Modulkürzel:	SMA-SozArbWirtschrecht	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien-gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Sozial-, Arbeits- Wirtschaftsrecht		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse der für ein Wirtschaftsunternehmen relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen. Durch die Grundkenntnisse können Sie sich im Unternehmen auf einer sicheren Basis bewegen. Methodenkompetenz Die Studierenden sind in der Lage, rechtliche Aspekte bei Vorgängen im Unternehmen zu berücksichtigen. Sozialkompetenz Die Studierenden können im Team komplexe Aufgabenstellungen lösen. Sie besitzen die Fähigkeit zu präsentieren sowie die Fähigkeit zum konstruktiven Umgang mit Kritik.			
Inhalt:			
• Die Aufgabe des Rechts als Ordnungssystem und der Juristen als Rechtsanwender • Das geltende Recht und seine Anwendung • Grundzüge des Rechts in seinen drei Hauptgebieten: Privatrecht • Grundzüge des Rechts in seinen drei Hauptgebieten: Strafrecht • Grundzüge des Rechts in seinen drei Hauptgebieten: Öffentliches Recht			

Studien- / Prüfungsleistungen:
keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum) LN: schrP / mdIP Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Entsprechende Kurse werden über die virtuelle Hochschule Bayerns angeboten. www.vhb.org Einführung in die Rechtswissenschaft
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Verfahrenstechnik			
Modulkürzel:	SMA-Verfahrenstechn.	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Verfahrenstechnik		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer kennen Werkstoffe und deren Einsätze im verfahrenstechnischen Anlagenbau. Sie vollziehen den Aufbau von verfahrenstechnischen Anlagen unter Berücksichtigung von Dokumenten- und Projektmanagement nach. Sie berücksichtigen die gesetzlichen Auflagen zum Betrieb verfahrenstechnischer Anlagen anhand von branchenspezifischen Beispielen. Die Teilnehmer erfassen Aufbau von Anlagen und Prozessabläufe der thermischen Verfahrenstechnik, Polymerisations- und Bioverfahrenstechnik. Methodenkompetenz Die Teilnehmer beschreiben die Standardprozesse der chemischen Verfahrenstechnik auch im Hinblick auf Umweltschutz, Recyclingmöglichkeiten, Prozessoptimierung sowie Energiemanagement und –rückgewinnung und stellen bei Bedarf entsprechende Berechnungen an. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können verfahrenstechnische Zusammenhänge verständlich erklären.			
Inhalt:			
• Reaktionsapparate, Reaktoren • Mengen- und Energiebilanzen • Prozessoptimierung • Alternative Energien			

• Produktionsplanung – PPS-System • Good Manufacturing Practice (GMP)
Studien- / Prüfungsleistungen:
keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum) LN: schrP / mdlP Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Es kann zur Anrechnung durch eine berufliche Weiterbildung kommen.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

Werkstofftechnik			
Modulkürzel:	SMA-Werkstofftechn.	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Strategisches Management (Berufsbegleitender Bachelorstudien- gang) (SPO WS 19/20)	1	
Modulverantwortliche(r):	Slama, Stefan Prof. Dr.-Ing.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	34 h	
	Selbststudium:	91 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	unbestimmt		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Werkstofftechnik		
Lehrformen des Moduls:	1: unbestimmt		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang Strategisches Management		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor of Arts (B.A.) Strategisches Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz Die Teilnehmer deuten - anhand von erworbenen chemischen Grundlagen - Phänomene und leiten Gesetzmäßigkeiten auch für die Werkstoffkunde ab. Sie beschreiben die Bindungsarten mit Hilfe des Periodensystems der Elemente und erkennen daraus verschiedene Stoffeigenschaften. Sie ordnen Redoxvorgänge technischen Prozessen zu und beurteilen die Bedeutung der elektrochemischen Spannungsreihe für die Technik. Sie informieren sich über Protolysen und pH-Wert und bewerten damit chemische Verfahren auch in Bezug auf ihre Umweltverträglichkeit. Des Weiteren unterscheiden sie Kohlenwasserstoffe nach Struktur und Bindung und leiten daraus die besondere Stellung des C-Atoms als Grundlage der organischen Chemie ab. Methodenkompetenz Die Teilnehmer kennen die Einteilung nach funktionellen Gruppen und ihren Eigenschaften in Bezug auf die Anwendungsmöglichkeiten. Sozialkompetenz Die Teilnehmer können werkstofftechnische Zusammenhänge erläutern.			
Inhalt:			
• Aufbau der Materie und Atommodelle • Edelgaskonfiguration • Stöchiometrisches Rechnen			

- Galvanische Elemente
- Elektrochemische Korrosion
- Technische Bedeutung des Wassers und der Luft
- Säure-Base-Reaktionen mit pH-Wert-Ableitung
- Grundlagen der Kohlenstoffchemie

Studien- / Prüfungsleistungen:

keine Angaben (außerhalb Prüfungszeitraum)

LN: schrP / mdIP

Das Modul wird im Rahmen des Studienganges nicht angeboten. Es kann zur Anrechnung durch eine berufliche Weiterbildung kommen.

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben