Otto-Friedrich Universität Bamberg

Modulhandbuch

Master Value Chain Management and Business Ecosystems

Sozial- und Wirtschaftswissenschaften

Gemäß der geltenden Fassung der Studien- und Fachprüfungsordnung für den Masterstudiengang Value Chain Management & Business Ecosystems an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg vom 05.05.2021. Gültig ab dem Sommersemester 2025.

Stand: 17.04.2025

Hinweis zur Weitergeltung älterer Fassungen eines Modulhandbuchs:

1. Geltungsbeginn

Die im vorliegenden Modulhandbuch enthaltenen Modulbeschreibungen gelten erstmals für das Semester, das auf dem Deckblatt angegeben ist.

2. Übergangsbestimmung

a. Studierende, die gemäß bisher geltendem Modulhandbuch ein Modul bereits in Teilen absolviert haben (vgl. Nr. 2b), schließen das Modul nach der bisher geltenden Fassung des Modulhandbuchs ab.

Diese Übergangsbestimmung gilt ausschließlich für den dem versäumten/nicht bestandenen/nicht absolvierten regulären Prüfungstermin unmittelbar folgenden Prüfungstermin. Auf Antrag der oder des Studierenden kann der Prüfungsausschuss in begründeten Fällen eine Verlängerung der Übergangsfrist festlegen.

b. Ein Modul ist in Teilen absolviert, wenn die Modulprüfung nicht bestanden oder versäumt wurde. Gleiches gilt für den Fall, dass zumindest eine Modulteilprüfung bestanden, nicht bestanden oder versäumt wurde.

Ferner gilt ein Modul als in Teilen absolviert, sofern sich die oder der Studierende gemäß bisher geltendem Modulhandbuch zu einer dem jeweiligen Modul zugeordneten Lehrveranstaltung angemeldet hat.

3. Geltungsdauer

Das Modulhandbuch gilt bis zur Bekanntgabe eines geänderten Modulhandbuchs auch für nachfolgende Semester.

Äquivalenzliste

Im Folgenden finden Sie eine Auflistung von Modulen, deren Bezeichnung bzw. Kürzel geändert wurde, ohne dass damit eine wesentliche Änderung des Moduls verbunden ist. Sofern ein in der Spalte „bisheriges Modul“ aufgeführtes Modul erfolgreich absolviert wurde, kann das in der Spalte „neues Modul“ angegebene Modul nicht belegt werden.

bisheriges Modul			**neues Modul**		
Modulkürzel	**Modulbezeichnung**	**bis (Semester)**	**Modulkürzel**	**Modulbezeichnung**	**ab (Semester)**
VM-M-07	Nachhaltigkeit in Vertrieb und Marketing	WS 2021/22	VM-M-15	Nachhaltigkeit und Verantwortung im Management	SoSe 2022
SCM-M-01	Funktechnologien in der Logistik I (FUTIL I)	SoSe 2022	SCM-M-08	Internet of Things at Supply Chain Management I (IoT@SCM I)	WS 2022/23
SCM-M-02	Funktechnologien in der Logistik II (FUTIL II)	SoSe 2022	SCM-M-09	Internet of Things at Supply Chain Management II (IoT@SCM II)	WS 2022/23
VM-M-16	Designing a Career with Purpose	SoSe 2023	VM-M-17	Designing a Life with Purpose	WS 2023/24
ISDL-ITCHANGE-M	Management IT-bedingter Veränderungen	WS 2023/24	ISHANDS-Change-M	Digital Change Management	SoSe 2024
VM-M-15	Nachhaltigkeit und Verantwortung im Management	SoSe 2024	VM-M-15	Sustainability and Responsibility in Management	WS 2024/25
PuL-M-02	Supply Chain Management	SoSe 2024	PuL-M-17	Sustainable Supply Chain Management	WS 2024/25
PuL-M-04	Seminar Supply Chain Management I	WS 2024/25	PuL-M-14	Methoden I: Literaturbasierte Forschung	SoSe 2025
PuL-M-06	Seminar Supply Chain Management II	WS 2024/25	PuL-M-18	Nachhaltige Wertschöpfungssysteme	WS2025/26

Stand der Liste: 15.04.2025

Module

EESYS-ADAML-M: Applied Data Analytics and Machine Learning in R....9
EESYS-DDS-M: Data-driven Decision Support....12
HCI-MCI-M: Mensch-Computer-Interaktion....14
ISDL-ISS1-M: Standards und Netzwerke....17
ISDL-ISS2-M: Optimierung IT-lastiger Geschäftsprozesse....20
ISDL-ISS3-M: IT-Wertschöpfung....25
ISHANDS-Change-M: Digital Change Management....28
ISM-MDI-M: Managing Digital Innovation....31
ISM-MDT-M: Managing Digital Transformation....34
Inno-M-02: Innovation und Kollaboration: Management von intra- und interorganisationalen Innovationsschnittstellen....37
Inno-M-03: Implementation and Diffusion of Innovations....40
Inno-M-04: Organisationales Krisenmanagement....42
Inno-M-05: Research Seminar on International Innovation Strategies....45
Mast-M-07: Masterarbeit....48
Org-M-05: Corporate Strategy and Growth....49
Org-M-06: Strategic Renewal and Organizational Transformation....51
Org-M-07: Strategic Practice and Process....53
PM-M-02: The Future of Work....55
PM-M-03: International Dimensions of Human Resource Management....57
PM-M-04: Forschungsseminar Personalmanagement....59
PM-M-06: Change Management....61
PM-M-08: Strategisches Personalmanagement....63
PM-M-10: Leadership and Management Development....65
PM-M-11a: European Human Resource Management Programme A....68
PM-M-11b: European Human Resource Management Programme B....70
PM-M-11c: European Human Resource Management Programme C....72
PuL-M-05: Supply Chain Simulation....74
PuL-M-06: Seminar Supply Chain Management II....76
PuL-M-12: Efficient Consumer Response....78

PuL-M-13: Wissenschaftliche Methoden....80
PuL-M-14: Methoden I: Literaturbasierte Forschung....82
PuL-M-15: Methoden II: Empirische Forschung....83
PuL-M-16: Publishing in Academic Outlets....84
PuL-M-17: Sustainable Supply Chain Management....85
PuL-M-18: Nachhaltige Wertschöpfungssysteme....87
PuL-M-20: E-commerce....88
SCM-M-03: Produkt- und Dienstleistungsinnovationen im Supply Chain Management....90
SCM-M-04: Management von Logistik-Dienstleistungen in der Supply Chain....91
SCM-M-05: Projektwerkstatt für den Entwurf von Informationsdienstleistungen in der digitalen Welt....93
SCM-M-06: Data Science im Supply Chain Management....95
SCM-M-07: Digital Transformation of Value Creation Systems....97
SCM-M-08: Internet of Things at Supply Chain Management I (IoT@SCM I)....99
SCM-M-09: Internet of Things at Supply Chain Management II (IoT@SCM II)....101
SNA-ASN-M: Analyse sozialer Netzwerke....103
SNA-NET-M: Netzwerktheorie....105
VM-M-01: Price Management....107
VM-M-02: Business-to-Business Marketing & Purchasing....109
VM-M-03: Methoden der Marktforschung....111
VM-M-04: Research Seminar Business-to-Business....113
VM-M-05: Research Seminar International Marketing....115
VM-M-09: Intercultural Challenges in Customer and Account Management....117
VM-M-14: Blockchain Applications for Business....119
VM-M-15: Sustainability and Responsibility in Management....121
VM-M-17: Designing a Life with Purpose....123
VM-M-18: Marketing- und Vertriebscontrolling....125
VM-M-25: Sustainability at the bottom of the pyramid....127
VM-M-26: Corporate Responsibility and Product Management....128
WiPäd-M-07: Betriebspädagogik....129

Übersicht nach Modulgruppen

1) Master Value Chain Management & Business Ecosystems (Studiengang) ECTS: 120

a) Prozesse (Modulgruppe) ECTS: 24

In der Modulgruppe Priozesse absolvieren die Studierenden Module im Umfang von insgesamt 24 ECTS-Punkten, aufgeteilt in den Wahlpflichtbereich A mit 18 ECTS-Punkten und den Wahlpflichtbereich B mit 6 ECTS-Punkten.

aa) Wahlpflichtbereich A (Wahlpflichtbereich) ECTS: 18

Im Wahlpflichtbereich A der Modulgruppe Prozesse absolvieren die Studierenden Module im Umfang von 18 ECTS-Punkten. Zur Auswahl stehen folgende Module:

PuL-M-12: Efficient Consumer Response (6 ECTS, WS, jährlich)..... 78

VM-M-02: Business-to-Business Marketing & Purchasing (6 ECTS, WS, jährlich)..... 109

VM-M-15: Sustainability and Responsibility in Management (6 ECTS, SS, jährlich)..... 121

PuL-M-17: Sustainable Supply Chain Management (6 ECTS, WS, jährlich)..... 85

bb) Wahlpflichtbereich B (Wahlpflichtbereich) ECTS: 6

Es ist ein Modul im Umfang von 6 ECTS-Punkten zu absolvieren. Zur Auswahl stehen die folgenden Module.

PM-M-06: Change Management (6 ECTS, WS, jährlich)..... 61

PM-M-08: Strategisches Personalmanagement (6 ECTS, SS, jährlich)..... 63

SCM-M-04: Management von Logistik-Dienstleistungen in der Supply Chain (6 ECTS, SS, jährlich)..... 91

Inno-M-04: Organisationales Krisenmanagement (6 ECTS, WS, SS)..... 42

PuL-M-20: E-commerce (6 ECTS, SS, jährlich)..... 88

VM-M-01: Price Management (6 ECTS, SS, jährlich)..... 107

VM-M-15: Sustainability and Responsibility in Management (6 ECTS, SS, jährlich)..... 121

VM-M-18: Marketing- und Vertriebscontrolling (6 ECTS, WS, SS)..... 125

VM-M-25: Sustainability at the bottom of the pyramid (6 ECTS,)..... 127

VM-M-26: Corporate Responsibility and Product Management (6 ECTS, SS, jährlich)..... 128

Org-M-05: Corporate Strategy and Growth (6 ECTS, WS, jährlich)..... 49

ISM-MDI-M: Managing Digital Innovation (6 ECTS, WS, jährlich)..... 31

ISM-MDT-M: Managing Digital Transformation (6 ECTS, SS, jährlich)..... 34

ISDL-ISS2-M: Optimierung IT-lastiger Geschäftsprozesse (6 ECTS, SS, jährlich)..... 20

b) Technologien (Modulgruppe) ECTS: 24

In der Modulgruppe Technologien absolvieren die Studierenden Module im Umfang von insgesamt 24 ECTS-Punkten, aufgeteilt in den Wahlpflichtbereich A mit 18 ECTS-Punkten und den Wahlpflichtbereich B mit 6 ECTS-Punkten.

aa) Wahlpflichtbereich A (Wahlpflichtbereich) ECTS: 18

Im Wahlpflichtbereich A der Modulgruppe Technologien absolvieren die Studierenden Module im Umfang von 18 ECTS-Punkten aus dem folgenden Angebot:

EESYS-ADAML-M: Applied Data Analytics and Machine Learning in R (6 ECTS, WS, jährlich)..... 9

SCM-M-08: Internet of Things at Supply Chain Management I (IoT@SCM I) (6 ECTS, WS, jährlich).....99

SCM-M-09: Internet of Things at Supply Chain Management II (IoT@SCM II) (6 ECTS, SS, jährlich)....101

ISDL-ISS3-M: IT-Wertschöpfung (6 ECTS, SS, jährlich).....25

bb) Wahlpflichtbereich B (Wahlpflichtbereich) ECTS: 6

Es ist ein Modul im Umfang von 6 ECTS-Punkten zu absolvieren. Zur Auswahl stehen die folgenden Module.

SCM-M-05: Projektwerkstatt für den Entwurf von Informationsdienstleistungen in der digitalen Welt (6 ECTS, WS, jährlich)..... 93

PuL-M-05: Supply Chain Simulation (6 ECTS, WS, jährlich)..... 74

PuL-M-20: E-commerce (6 ECTS, SS, jährlich)..... 88

SCM-M-06: Data Science im Supply Chain Management (6 ECTS, WS, jährlich).....95

SCM-M-07: Digital Transformation of Value Creation Systems (6 ECTS, WS, jährlich).....97

VM-M-14: Blockchain Applications for Business (6 ECTS, WS, SS).....119

EESYS-DDS-M: Data-driven Decision Support (6 ECTS, SS, jährlich).....12

ISDL-ISS1-M: Standards und Netzwerke (6 ECTS, WS, jährlich).....17

ISDL-ISS3-M: IT-Wertschöpfung (6 ECTS, SS, jährlich).....25

Org-M-06: Strategic Renewal and Organizational Transformation (6 ECTS, SS, jährlich)..... 51

c) Menschen (Modulgruppe) ECTS: 24

In der Modulgruppe Menschen absolvieren die Studierenden Module im Umfang von insgesamt 24 ECTS-Punkten, aufgeteilt in den Wahlpflichtbereich A mit 18 ECTS-Punkten und den Wahlpflichtbereich B mit 6 ECTS-Punkten.

aa) Wahlpflichtbereich A (Wahlpflichtbereich) ECTS: 18

Im Wahlpflichtbereich A der Modulgruppe Menschen absolvieren die Studierenden Module im Umfang von 18 ECTS-Punkten aus dem folgenden Angebot:

HCI-MCI-M: Mensch-Computer-Interaktion (6 ECTS, WS, jährlich)..... 14

Inno-M-02: Innovation und Kollaboration: Management von intra- und interorganisationalen Innovationsschnittstellen (6 ECTS, WS, SS)..... 37

PM-M-10: Leadership and Management Development (6 ECTS, WS, jährlich)..... 65

PM-M-11a: European Human Resource Management Programme A (18 ECTS, SS, jährlich)..... 68

ISHANDS-Change-M: Digital Change Management (6 ECTS, SS, jährlich)..... 28

bb) Wahlpflichtbereich B (Wahlpflichtbereich) ECTS: 6

Es ist ein Modul im Umfang von 6 ECTS-Punkten zu absolvieren. Zur Auswahl stehen die folgenden Module.

Inno-M-03: Implementation and Diffusion of Innovations (6 ECTS, WS, SS)..... 40

Org-M-07: Strategic Practice and Process (6 ECTS, WS, SS)..... 53

PM-M-02: The Future of Work (6 ECTS, WS, jährlich)..... 55

PM-M-03: International Dimensions of Human Resource Management (6 ECTS, SS, jährlich)..... 57

PM-M-08: Strategisches Personalmanagement (6 ECTS, SS, jährlich)..... 63

SNA-ASN-M: Analyse sozialer Netzwerke (6 ECTS, WS, jährlich)..... 103

SNA-NET-M: Netzwerktheorie (6 ECTS, SS, jährlich)..... 105

VM-M-09: Intercultural Challenges in Customer and Account Management (6 ECTS, WS, SS)..... 117

VM-M-17: Designing a Life with Purpose (6 ECTS, WS, SS)..... 123

WiPäd-M-07: Betriebspädagogik (6 ECTS, WS, jährlich)..... 129

d) Forschung (Modulgruppe) ECTS: 18

In der Modulgruppe Forschung sind Module im Umfang von 18 ECTS-Punkten zu wählen. Zur Auswahl stehen folgende Module:

Inno-M-05: Research Seminar on International Innovation Strategies (6 ECTS, WS, SS)..... 45

PM-M-04: Forschungsseminar Personalmanagement (6 ECTS, SS, jährlich)..... 59

PM-M-11b: European Human Resource Management Programme B (6 ECTS, SS, jährlich)..... 70

PM-M-11c: European Human Resource Management Programme C (6 ECTS, SS, jährlich)..... 72

PuL-M-06: Seminar Supply Chain Management II (6 ECTS, WS, jährlich)..... 76

PuL-M-14: Methoden I: Literaturbasierte Forschung (6 ECTS, SS, jährlich)..... 82

PuL-M-15: Methoden II: Empirische Forschung (6 ECTS, WS, jährlich)..... 83

PuL-M-16: Publishing in Academic Outlets (6 ECTS, WS, SS)..... 84

PuL-M-18: Nachhaltige Wertschöpfungssysteme (6 ECTS, WS, jährlich)..... 87

SCM-M-03: Produkt- und Dienstleistungsinnovationen im Supply Chain Management (6 ECTS, SS, jährlich)..... 90

VM-M-03: Methoden der Marktforschung (6 ECTS, SS, jährlich).....111

VM-M-04: Research Seminar Business-to-Business (6 ECTS, SS, jährlich).....113

VM-M-05: Research Seminar International Marketing (6 ECTS, WS, jährlich).....115

e) Masterarbeit (Modulgruppe) ECTS: 30

Die Modulgruppe Masterarbeit im Umfang von 30 ECTS-Punkten umfasst das Modul Masterarbeit einschließlich eines unbenoteten Referats. Die Themenstellung muss einen Fokus in Value Chain Management bzw. Business Ecosystems aufweisen, wie er sich aus den Inhalten der Modulgruppen Prozesse, Technologien und Menschen ergibt.

Ferner ist das Modul Wissenschaftliche Methoden verpflichtend zu absolvieren.

Mast-M-07: Masterarbeit (24 ECTS, WS, SS).....48

PuL-M-13: Wissenschaftliche Methoden (6 ECTS, SS, jährlich).....80

Modul EESYS-ADAML-M Applied Data Analytics and Machine Learning in R *Applied Data Analytics and Machine Learning in R*	6 ECTS / 180 h
(seit SS21) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thorsten Staake	

Inhalte:

Der Kurs vermittelt theoretische Grundlagen und praktische Fertigkeiten in den Bereichen Data Analytics und maschinelles Lernen. Zudem erfolgt eine Einführung in die Statistik-Software GNU R. Dabei helfen konkrete Beispiele und reale Datensätzen aus den Themenfeldern Energie, Umwelt und Konsumentenverhalten, um die Kursteilnehmerinnen und Kursteilnehmer auf die Herausforderungen in der Praxis und in der angewandten Forschung vorzubereiten.

Nach einer Zusammenfassung ausgewählter Statistik-Grundlagen umfasst der Kurs

- eine Einführung in die Statistik-Software GNU R,
- den Entwurf von Feldexperimenten und die Erhebung von Verhaltensdaten mit Informationssystemen,
- Verfahren der linearen und logistischen Regressionen,
- Verfahren der Cluster-Analyse,
- Techniken aus dem Bereich des Maschinellen Lernens einschließlich KNN, Regressionen und Support-Vektor-Maschinen und
- Aspekte der Ethik und des Datenschutzes bei fortgeschrittenen Datenerhebungs- und analyseverfahren.

Lernziele/Kompetenzen:

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- neue Praxis- und Forschungsfragen, die sich mit empirischen Methoden ergründen lassen, in Experimente übersetzen,
- entsprechende Experimente planen und durchführen,
- aus den in der Veranstaltung vorgestellten Methoden geeignete auswählen, um erhobene Daten korrekt zu analysieren,
- ihre Methodenwahl begründen und die Analyseschritte erklären,
- Analysen in R korrekt und effizient umsetzen,
- die Methoden, sofern erforderlich, für spezifische Probleme theoretisch fundiert anpassen,
- die Ergebnisse eigener Analysen und Analysen Dritter interpretieren und deren Vorteile und Grenzen benennen und
- Aspekte des Datenschutzes und der Ethik, die bei der Anwendung leistungsstarker Erhebungs- und Analyseverfahren zu beachten sind, benennen und kritisch reflektieren.

Sonstige Informationen:

Die Vorlesung wird als nichtzeitgebundene, videobasierte Online-Vorlesung durchgeführt.

Die Übung findet wöchentlich als Präsenzveranstaltung statt.

Die Online-Veranstaltung umfasst Videos mit Untertiteln, Lesematerial, Übungsdatensätze sowie zahlreiche Online- und Offline-Aufgaben. Ein Online-Diskussionsforum ist verfügbar.

Die Online-Vorlesung wird durch drei Präsenzveranstaltungen (zusätzlich zu den Präsenz-Übungen) unterstützt:

1. Präsenzveranstaltung als Einführungsveranstaltung. Hier werden der genaue Ablauf erläutert und Zugangsinformationen zu den Online-Ressourcen bekanntgegeben. Termin: Erste Vorlesungswoche.
2. Präsenzveranstaltung zur Vertiefung der Inhalte und zur eigenen Fortschrittskontrolle. Termin: Wird in der ersten Vorlesungswoche bekanntgegeben.
3. Präsenzveranstaltung zur Prüfungsvorbereitung und für Fragen & Antworten zur Klausur. Termin: Letzte Vorlesungswoche.

Eine Einführung in die Statistik-Software GNU R findet im Rahmen der ersten Tutorien statt.

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse:	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
Grundlegende Statistik-Kenntnisse (z.B. aus dem Bachelor-Studium). Eine Wiederholung der Statistik-Grundlagen ist Teil des zur Verfügung gestellten Online-Materials sowie der ersten Übungen und sollte, wenn erforderlich, durch ein Selbststudium ergänzt werden. Grundlegende Kenntnisse einer Programmiersprache.	keine

Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen

1. Applied Data Analytics and Machine Learning in R — **2,00 SWS**

Lehrformen: Vorlesung
Dozenten: Prof. Dr. Thorsten Staake
Sprache: Deutsch/Englisch
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich

Inhalte:
Die videobasierte Online-Vorlesung ist in zwei Teile untergliedert. Teil 1 umfasst eine Wiederholung und Vertiefung der für das Modul erforderlichen Grundlagen aus der Statistik. Teil 2 behandelt die im Abschnitt „Modul EESYS-DAE-M“ unter „Inhalte“ genannten Themen sowie die den verwendeten Konzepten zugrundeliegenden Theorien. Sowohl Teil 1 als auch Teil 2 nutzen reale Daten sowie aktuelle Beispiele und Aufgaben aus der Unternehmenspraxis und der aktuellen Forschung (insbes. aus den Bereichen Energie, Nachhaltigkeit und Konsumentenverhalten) zur Verdeutlichung der Konzepte und zur Vorbereitung auf neue Problemstellungen und Anwendungsfälle. Zahlreiche Aufgabenstellungen werden in GNU R gelöst.

Literatur:
Weiterführende Unterlagen werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.

2. Applied Data Analytics and Machine Learning in R — **2,00 SWS**

Lehrformen: Übung
Sprache: Deutsch/Englisch
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich

Inhalte:

In der Übung werden die in der Vorlesung behandelten Inhalte auf exemplarische Praxisprobleme angewendet, auf neue Fragestellungen übertragen und kritisch diskutiert. Besonderen Raum nehmen kleinere Fallstudien und die Analyse von Datensätzen ein. Es sind Aufgaben mit der Statistik-Software GNU R zu lösen. Dies erfolgt in Teilen in Einzelarbeit und in Teilen in Kleingruppen. Die Übung transportiert auch vereinzelt neue Inhalte, insbesondere, wenn eine enge Verknüpfung mit deren Anwendung didaktisch sinnvoll ist. In einzelnen Übungen findet eine freiwillige, selbst zu korrigierende Lernfortschrittskontrolle statt. Zu Beginn findet eine Einführung in GNU R statt.	

Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten **Beschreibung:** Durch die freiwillige Abgabe von semesterbegleitenden Studienleistungen können Punkte zur Notenverbesserung gesammelt werden, die auf die Klausur anrechenbar sind, sofern die Klausur auch ohne Punkte aus Studienleistungen bestanden ist. Zu Beginn der Lehrveranstaltung wird bekannt gegeben, ob Studienleistungen angeboten werden. Falls Studienleistungen angeboten werden, wird zu diesem Zeitpunkt auch die Anzahl, die Art, der Umfang und die Bearbeitungsdauer der Studienleistungen sowie die Anzahl an erreichbaren Punkten pro Studienleistung und in der Modulprüfung bekannt gegeben. Eine Bewertung von 1,0 kann auch ohne Punkte aus den Studienleistungen erreicht werden.	

Modul EESYS-DDS-M Data-driven Decision Support *Data-driven Decision Support*	6 ECTS / 180 h
(seit WS21/22 bis WS24/25) Modulverantwortliche/r: Dr. Konstantin Hopf	

Inhalte:

Das Modul behandelt Methoden der modernen Entscheidungstheorie und -praxis und vermittelt wichtige Konzepte der datengetriebenen Entscheidungsunterstützung. Die schwerpunktmäßig behandelten Themen umfassen

- die Analyse von multikriteriellen Entscheidungssituationen,
- die Entscheidungsfindung mit Szenarien (bekannte oder unbekannte Eintrittswahrscheinlichkeit),
- Bias und Heuristiken bei der Entscheidungsfindung,
- die Strukturierung von komplexen Entscheidungen,
- den Analytic Hierarchy Process (AHP),
- die Portfolioselektion und Optimierung,
- datengetriebene Einblicke mit Hilfe von Business Intelligence und fortgeschrittenen Datenanalyseverfahren,
- Expertensysteme und Entscheidungsunterstützungssysteme sowie
- ethische und rechtliche Aspekte von datengetriebenen und automatisierten Entscheidungen.

Die Studierenden wenden die erlernten Inhalte in konkreten Aufgaben teilweise mit Hilfe von Tabellenkalkulations-Software oder Spezialanwendungen an.

Lernziele/Kompetenzen:

Studierende sind in der Lage,

- komplexe Entscheidungssituationen unter Berücksichtigung mehrerer Ziele, Alternativen und Entscheidern zu analysieren und zu modellieren,
- Unsicherheiten und Wahrscheinlichkeiten in die Analyse und die Modellierung einzubeziehen,
- Ergebnisse von Business Intelligence und Advanced Analytics in Entscheidungen einzubinden,
- ein einfaches Expertensystem zu entwickeln sowie
- ausgewählte ethische und rechtliche Aspekte datengetriebener Entscheidungen zu beschreiben.

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
1. Data-driven Decision Support **Lehrformen:** Vorlesung **Dozenten:** Dr. Konstantin Hopf **Sprache:** Englisch/Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**2,00 SWS**
Inhalte:	

Die Vorlesung behandelt die im Abschnitt „Modul EESYS-DDS-M“ unter „Inhalte“ genannten Themen. Die Erarbeitung der Kompetenzen wird durch Lehrvorträge, Fallstudien und Diskussionen unterstützt. Methoden und Konzepte werden regelmäßig anhand praktischer Beispiele eingeführt und in begrenztem Umfang in Beispielaufgaben angewendet. Für einzelne Themen enthält die Vorlesung „Flipped-Classroom-Elemente“, bei denen erwartet wird, dass sich die Studierenden mit dem Lesen von Fachbeiträgen auf eine Veranstaltung vorbereiten, in der dann die Inhalte reflektiert und erweitert werden. Die Veranstaltungsunterlagen sind in Englisch verfasst, die Lehrsprache wird in der ersten Veranstaltung zusammen mit den Kursteilnehmern festgelegt. **Literatur:** Weiterführende Unterlagen werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.	
2. Data-driven Decision Support **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Englisch/Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich **Inhalte:** In der Übung werden die in der Vorlesung behandelten Inhalte auf exemplarische Praxisprobleme angewendet, auf neue Fragestellungen übertragen und kritisch diskutiert. Besonderen Raum nehmen kleinere Fallstudien und die Analyse von Datensätzen ein. Es sind Aufgaben mit Software (z.B. Tabellenkalkulation, SWI Prolog) zu lösen, welche in der Universität Bamberg kostenfrei verfügbar ist. Dies erfolgt in Teilen in Einzelarbeit und in Teilen in Kleingruppen. Die Übung transportiert auch vereinzelt neue Inhalte, insbesondere, wenn eine enge Verknüpfung mit deren Anwendung didaktisch sinnvoll ist. In einzelnen Übungen findet eine freiwillige, selbst zu korrigierende Lernfortschrittskontrolle statt. Zu Beginn findet eine Einführung in GNU R statt.	**2,00 SWS**

Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten **Beschreibung:** Durch die freiwillige Abgabe von semesterbegleitenden Studienleistungen können Punkte zur Notenverbesserung gesammelt werden, die auf die Klausur anrechenbar sind, sofern die Klausur auch ohne Punkte aus Studienleistungen bestanden ist. Zu Beginn der Lehrveranstaltung wird bekannt gegeben, ob Studienleistungen angeboten werden. Falls Studienleistungen angeboten werden, wird zu diesem Zeitpunkt auch die Anzahl, die Art, der Umfang und die Bearbeitungsdauer der Studienleistungen sowie die Anzahl an erreichbaren Punkten pro Studienleistung und in der Modulprüfung bekannt gegeben. Eine Bewertung von 1,0 kann auch ohne Punkte aus den Studienleistungen erreicht werden.	

Modul HCI-MCI-M Mensch-Computer-Interaktion *Human-Computer Interaction*	6 ECTS / 180 h
(seit WS21/22) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Tom Gross	
Inhalte: Vertiefende theoretische, konzeptionelle und praktische Grundlagen der Mensch-Computer-Interaktion.	
Lernziele/Kompetenzen: Ziel ist die Vermittlung fundierter Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich der Mensch-Computer-Interaktion sowie eines breiten theoretischen und konzeptionellen Wissens zum Entwurf, zur Umsetzung und zur Evaluierung interaktiver Systeme. Nach dem Besuch dieser Lehrveranstaltung sollen Studierende die einschlägige Literatur und Systeme in Breite und Tiefe kennen und neue Literatur und Systeme kritisch bewerten können.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/hci/leistungen/studium Der Arbeitsaufwand für dieses Modul gliedert sich grob wie folgt: • Teilnahme an Vorlesung und Übung: insgesamt 45 Stunden • Vor- und Nachbereitung der Vorlesung (inkl. Recherche und Studium zusätzlicher Quellen): ca. 30 Stunden • Vor- und Nachbereitung der Übung (inkl. Recherche und Studium zusätzlicher Quellen sowie Bearbeitung der optionalen Studienleistungen): ca. 75 Stunden • Prüfungsvorbereitung: ca. 30 Stunden (basierend auf dem bereits im obigen Sinne erarbeiteten Stoff) Der Unterricht erfolgt grundsätzlich in deutscher und bei Bedarf der Studierenden in englischer Sprache. Sämtliche Unterlagen (inkl. Prüfung) sind in englischer Sprache verfügbar.	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: Diese Lehrveranstaltung ist ohne spezielle Vorkenntisse belegbar.	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich | **Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Mensch-Computer-Interaktion **Lehrformen:** Vorlesung **Dozenten:** Prof. Dr. Tom Gross **Sprache:** Deutsch/Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS**
Inhalte: Im Rahmen der Vorlesung werden nach einer Einführung in das Thema die folgenden Themen konzeptionell, technisch und methodisch behandelt: • Mobile Mensch-Computer-Interaktion • Adaptivität und Adaptierbarkeit • Informationsvisualisierung	

- Tangible User Interaction
- Usability Engineering
- Gebrauchstauglichkeit und Ökonomie

Literatur:
Die Veranstaltung ist eine Zusammenstellung verschiedener Quellen; als ergänzende Quelle und zum Nachschlagen wird empfohlen:

- Jacko, J.A., ed. Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies, and Emerging Applications. (3rd ed.). Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ, 2012.
- Hammond, J., Gross, T. und Wesson, J., (Hrsg.). Usability: Gaining a Competitive Edge. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht, 2002.

Prüfung
mündliche Prüfung
Beschreibung:
In Abhängigkeit der Teilnehmerzahl wird die Modulprüfung entweder in Form einer Klausur oder in Form einer mündlichen Prüfung durchgeführt. Die Festlegung erfolgt zu Semesterbeginn und wird im ersten Lehrveranstaltungstermin bekannt gegeben.

In der mündlichen Prüfung mit einer Prüfungsdauer von 15 Min. können 90 Punkte erzielt werden.

Es besteht die Möglichkeit, optionale Studienleistungen zu erbringen. Diese umfassen insgesamt 12 Punkte. Die Art der optionalen Studienleistungen sowie deren Bearbeitungsfrist werden zu Beginn der Lehrveranstaltung verbindlich bekannt gegeben. Ist die Prüfung bestanden (in der Regel sind hierzu 50 % der Punkte erforderlich), so werden die durch optionale Studienleistungen erreichten Punkte als Bonuspunkte angerechnet. Eine 1,0 ist in der Prüfung auf jeden Fall auch ohne Punkte aus der Bearbeitung optionaler Studienleistungen erreichbar.

Lehrveranstaltungen

Mensch-Computer-Interaktion — **2,00 SWS**
Lehrformen: Übung
Dozenten: Mitarbeiter Mensch-Computer-Interaktion
Sprache: Deutsch/Englisch
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich

Inhalte:
praktische Aufgaben zum Vorlesungsstoff

Literatur:
siehe Vorlesung

Prüfung
schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten
Beschreibung:
In Abhängigkeit der Teilnehmerzahl wird die Modulprüfung entweder in Form einer Klausur oder in Form einer mündlichen Prüfung durchgeführt.

Die Festlegung erfolgt zu Semesterbeginn und wird im ersten Lehrveranstaltungstermin bekannt gegeben. In der Klausur über 90 Min. können 90 Punkte erzielt werden. Es besteht die Möglichkeit, optionale Studienleistungen zu erbringen. Diese umfassen insgesamt 12 Punkte. Die Art der optionalen Studienleistungen sowie deren Bearbeitungsfrist werden zu Beginn der Lehrveranstaltung verbindlich bekannt gegeben. Ist die Prüfung bestanden (in der Regel sind hierzu 50 % der Punkte erforderlich), so werden die durch optionale Studienleistungen erreichten Punkte als Bonuspunkte angerechnet. Eine 1,0 ist in der Prüfung auf jeden Fall auch ohne Punkte aus der Bearbeitung optionaler Studienleistungen erreichbar.	

Modul ISDL-ISS1-M Standards und Netzwerke *Standards and Networks*		6 ECTS / 180 h
(seit WS17/18) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Tim Weitzel		
Inhalte: Standardisierung und Standards werden sowohl aus ökonomischer Sicht (z.B. Probleme der Standardisierung und deren Lösungen) als auch technischer Perspektive (z.B. XML und EDI) betrachtet. Die Inhalte der Vorlesung werden in der Übung vertieft.		
Lernziele/Kompetenzen: Die Studierenden erhalten ein Verständnis über grundlegende Prozesse der Adoption und Ausbreitung von Technologien in und zwischen Organisationen. Es werden Methoden vermittelt, mit denen Standardisierungsaktivitäten in Unternehmen und in Unternehmensnetzwerken bewertet, gestaltet und gesteuert werden können.		
Sonstige Informationen: Der Arbeitsaufwand für dieses Modul gliedert sich ungefähr wie folgt: • Teilnahme an Vorlesung und Übung: insgesamt 45 Stunden • Vor- und Nachbereitung der Vorlesung und Übung (inkl. Recherche und Studium zusätzlicher Quellen): 90 Stunden • Prüfungsvorbereitung: 45 Stunden (basierend auf dem bereits im obigen Sinne erarbeiteten Stoff)		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
1. Standards und Netzwerke **Lehrformen:** Vorlesung **Dozenten:** Prof. Dr. Tim Weitzel **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS**
Inhalte: Gegenstand dieser Lehrveranstaltung sind Modelle und Methoden der betrieblichen Vernetzung sowie der zugrunde liegenden Standardisierung von Informationssystemen. Sowohl die technischen Aspekte der internen und externen Systemintegration als auch die ökonomische Bedeutung von Standards bei der Informationsproduktion und informationellen Dienstleistungen machen Standardisierungs- und Vernetzungsprobleme zu einer elementaren Fragestellung der Wirtschaftsinformatik. In der Veranstaltung wird insbesondere dargestellt, wie Standards bei der Automatisierung und der überbetrieblichen Verknüpfung von Prozessen helfen können (technische Aspekte der Integration; wesentliche Anwendungsdomänen sind hier XML und Electronic Data	

Interchange (EDI)), was die strategischen Probleme der Standardisierung und Vernetzung sind und wie mit ökonomischen und spieltheoretischen Modellen ein Beitrag zur Lösung geleistet werden kann (wirtschaftliche Aspekte). **Literatur:** Arthur, W.B.: "Competing technologies, increasing returns, and lock-in by historical events", Economic Journal (99:March) 1989, pp. 116-131. Beck, R. und Weitzel, T.: "Some Economics of Vertical Standards: Integrating SMEs in EDI Supply Chains", Electronic Markets (15:4) 2005, pp. 313-322. Weitzel, T., Beimborn, D. und König, W.: "A unified economic model of standard diffusion: the impact of standardization cost, network effects, and network topology," MIS Quarterly (30:special issue) 2006, pp. 489-514. Weitzel, T., Harder, T. und Buxmann, P.: „Electronic Business und EDI mit XML", dpunkt, Heidelberg, 2001. Weitzel, T., Wendt, O., and von Westarp, F.: "Reconsidering network effect theory", 8th European Conference on Information Systems (ECIS), Wien, 2000. Abrahamson, E. und Rosenkopf, L.: "Social Network Effects on the Extent of Innovation Diffusion: A Computer Simulation", Organization Science (8:3) 1997, pp. 289-309. Goldenberg, J., Libai, B. und Muller, E.: "Riding the Saddle: How Corss-Market Communications Can Create a Major Slump in Sales", Journal of Marketing (66:2) 2002, pp. 1-16. Iacovou, C.L., Benbasat, I. und Dexter, A.S.: "EDI and Small Organizations: Adoption and Impact of Technology", MIS Quarterly (19:4) 1995, pp. 465-485. Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.	
2. Standards und Netzwerke **Lehrformen:** Übung **Dozenten:** Mitarbeiter Wirtschaftsinformatik, insb. Informationssysteme in Dienstleistungsbereichen **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich **Inhalte:** Die Inhalte der Vorlesung werden anhand von Übungsaufgaben und Fallstudien vertieft. Dabei werden sowohl ökonomische Modelle der Netzeffekttheorie einstudiert und angewendet als auch quantitative Lösungsansätze (bspw. Entscheidungsunterstützung bei Standardisierungsproblemen durch Excel Solver) und Technologien wie XML Schema als geeignete Grundlagen für inner- und zwischenbetriebliche Standardisierungsvorgänge in rechnergestützten Übungen vermittelt. **Literatur:** siehe Vorlesung	**2,00 SWS**

Prüfung	

schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten **Beschreibung:** In der Klausur werden die in Vorlesung und Übung behandelten Inhalte geprüft. Es können 90 Punkte erzielt werden. Durch die freiwillige Abgabe von semesterbegleitenden Studienleistungen können Punkte zur Notenverbesserung gesammelt werden, die auf die Klausur anrechenbar sind, sofern die Klausur auch ohne Punkte aus Studienleistungen bestanden ist. Zu Beginn der Lehrveranstaltung wird bekannt gegeben, ob Studienleistungen angeboten werden. Falls Studienleistungen angeboten werden, wird zu diesem Zeitpunkt auch die Anzahl, die Art, der Umfang und die Bearbeitungsdauer der Studienleistungen sowie die Anzahl an erreichbaren Punkten pro Studienleistung bekannt gegeben. Eine Bewertung von 1,0 kann auch ohne Punkte aus den Studienleistungen erreicht werden.	

Modul ISDL-ISS2-M Optimierung IT-lastiger Geschäftsprozesse *Optimization of IT-Reliant Processes*	6 ECTS / 180 h
(seit WS17/18) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Tim Weitzel	
Inhalte: Inhalt des Moduls sind Theorien, Modelle und Vorgehensmodelle zur Optimierung von IT-lastigen Geschäftsprozessen. Das Modul fokussiert dabei vor allem auf die Optimierung von Dienstleistungsprozessen. Als Grundlage vermittelt das Modul hierzu Theorien und Konzepte des Geschäftsprozessmanagement und spezialisiert diese in Finanz- und Personalprozessen als Beispiele für Dienstleistungsprozesse. Im Rahmen des Moduls werden Parallelen zur Industrialisierung von Produktionsprozessen diskutiert und die vorgestellten Inhalte im Rahmen von Fallstudien vertieft.	
Lernziele/Kompetenzen: Teilnehmer der Veranstaltung sollen in die Lage versetzt werden, Optimierungspotenziale in IT-intensiven Geschäftsprozessen im Dienstleistungssektor erkennen und gestalten zu können. In diesem Zusammenhang liegt ein Fokus des Moduls auf Theorien, Konzepten und Methodiken des Geschäftsprozessmanagement. Es werden hierzu Analyse- und Gestaltungsmethoden zur Erschließung interner und externer Optimierungs-, Kooperations- und Sourcing-Potenziale vermittelt.	
Sonstige Informationen: Der Arbeitsaufwand für dieses Modul gliedert sich ungefähr wie folgt: • Teilnahme an Vorlesung und Übung: insgesamt 45 Stunden • Vor- und Nachbereitung der Vorlesung und Übung (inkl. Recherche und Studium zusätzlicher Quellen): 90 Stunden • Prüfungsvorbereitung: 45 Stunden (basierend auf dem bereits im obigen Sinne erarbeiteten Stoff) *The language of instruction in this course is German. However, all course materials (lecture slides and tutorial notes) as well as the exam are available in English.*	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: Keine	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
1. Optimierung IT-lastiger Geschäftsprozesse **Lehrformen:** Vorlesung **Dozenten:** Prof. Dr. Tim Weitzel **Sprache:** Deutsch/Englisch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**2,00 SWS**
Inhalte: Das Ziel der Vorlesung ist es, Kenntnisse über und Fähigkeiten zur Optimierung von IT-lastigen Geschäftsprozessen zu vermitteln. Hierzu werden Grundlagen	

und Werkzeuge des Geschäftsprozessmanagements betrachtet und deren Umsetzung und Anwendung in Finanz- und Personalprozessen vorgestellt. Ebenso werden Ansätze zur Geschäftsprozessoptimierung durch geeigneten IT-Einsatz in der Vorlesung thematisiert und typische primäre und sekundäre Dienstleistungsprozesse im Hinblick auf Integration, Effizienz und Effektivität analysiert, Ziele und Methoden zur Optimierung aufgezeigt und Vorgehensmodelle zur optimalen Prozessgestaltung und zum Change-Management vorgestellt. Ein weiterer Schwerpunkt bildet eine wissenschaftstheoretische Auseinandersetzung mit dem Phänomen, dass Unternehmen Geschäftsprozesse oder Teile hiervon an externe Dienstleister auslagern. Die vier Schwerpunkte der Vorlesung sind:

Geschäftsprozessmanagement: Die Grenze zwischen unterstützender IT und unterstütztem Geschäftsprozess verschwindet zunehmend, so dass Verstehen und Gestalten von Geschäftsprozessen eine Kernaufgabe des modernen Wirtschaftsinformatikers ist. Die Lehrveranstaltung vermittelt Grundlagen, Werkzeuge und Methoden des BPM (Business Process Management), des Change Management und der Geschäftsprozess-Standardisierung. Anwendungen dieser Konzepte werden in den Teilen E-Finance, E-HR und Outsourcing vertieft. Teilnehmer lernen dadurch, Geschäftsprozesse zielgerichtet zu analysieren (identify, discover), zu gestalten (design, standardize), zu betreiben (manage) und zu ändern (change).

E-Finance: Finanzprozesse sind aufgrund ihrer prinzipiell durchgängigen Digitalisierbarkeit ein wichtiges Anwendungsfeld der Wirtschaftsinformatik und finden sich sowohl als Primär- (in Banken) als auch als Sekundärprozesse (in Nichtbanken). In der Lehrveranstaltung wird diskutiert, wie in einer hochgradig IT-intensiven Industrie wie der Finanzdienstleistungsbranche ein optimaler IT-Einsatz gelingen kann, welche Potenziale im Financial Chain Management in Nichtbanken liegen und welche Umstrukturierung der Wertschöpfungsketten durch ein Value-Chain-Crossing bzw. Sourcing denkbar sind.

E-HR: Die IS-Unterstützung in Personalmanagementprozessen ist noch überraschend gering. Entsprechend werden Status Quo, Trends und Potenziale in diesem typischen Sekundärprozess vorgestellt und insbesondere Treiber und Barrieren der Akzeptanz von IT-Systemen zur Unterstützung der Aufgaben im Personalwesen in der Vorlesung diskutiert. Eine (Teil-)Automatisierung des Personalauswahlprozesses kann durch Empfehlungssysteme ermöglicht werden, welche ebenso Gegenstand der Vorlesung sind.

Sourcing: Die Frage, welche IT-basierten Dienstleistungen wo und durch wen erstellt werden sollen, ist eine strategische Herausforderung im Spannungsfeld zwischen Economies of Scale, Skill und Scope im Rahmen der Optimierung von IT-lastigen Geschäftsprozessen. Entsprechend werden in der Vorlesung Grundlagen, Vor- und Nachteile des In- und Outsourcing sowie Entscheidungsmodelle und „best practices" aber auch Probleme und kulturelle Hürden untersucht.

Die wissenschaftliche Perspektive wird durch Vorträge von Partnerunternehmen aus der Praxis ergänzt.

Die Unterlagen der Veranstaltung ist in Englisch. Auf Wunsch, kann die Vorlesung auch auf Englisch gehalten werden.

Literatur:

- Balaji et al. (2011), IT-led Business Process Reengineering: How Sloan Valve Redesigned it's New Product Development Process, MIS Quarterly Executive, 10, 2, 81-92
- Borman, M. (2006): Identifying the Factors Motivating and Shaping Cosourcing in the Financial Services Sector, Journal of Information Technology Management, vol.17:3, pp. 11-25
- Davenport (1993), Process Innovation: Reengineering Work Through Information Technology, Harvard Business School Press, Boston
- Davenport, T. The coming commoditization of processes. Harvard Business Review (June 2005), 100–108.
- Dibbern, J.; Goles, T.; Hirschheim, R.; Jayatilaka, B. (2004): Information Systems Outsourcing: A survey and Analysis of the Literature, The DATA BASE for Advances in Information Systems, 35 (4)
- Earl et al. (1995). "Strategies for Business Process Reengineering: Evidence from Field Studies," Journal of Management Information Systems (12:1), pp. 31–56.
- Eckhardt et al. 2012: Bewerbermanagementsysteme in deutschen Großunternehmen: Wertbeitrag von IKT für dienstleistungsproduzierende Leistungs- und Lenkungssysteme, Zeitschrift für Betriebswirtschaft (ZfB) (Journal of Business Economics)
- Gibson, C. (2003): IT-enabled business change: an approach to understanding and managing risk, MIS Quarterly Executive, 2 (2), 104-115
- Gilson et al. (2005): Creativity and Standardization: Complementary or Conflicting Drivers of Team Effectiveness? Academy of Management Journal, Vol. 48, No. 3, 521-531.
- Goo, J.; Kishore, R.; Rao, H. R.; Nam, K. (2009): The Role of Service Level Agreements in Relational Management of Information Technology Outsourcing: An Empirical Study, MIS Quarterly, Vol. 33 Issue 1, p. 119-145
- Hammer, M. 2007. "The Process Audit," Harvard Business Review (85:4), pp. 111–123.
- Houy, C.; Fettke, P.; Loos, P.; van der Aalst, W. & Krogstie, J. (2011): Business Process Management in the Large, Business & Information Systems Engineering (3:6), 385-388.
- Lee, I. (2007): An Architecture for a Next-Generation Holistic E-Recruiting System", Communications of the ACM, 50(7)
- Münstermann & Weitzel (2008): What is process standardization?, Proceedings of the 2008 International Conference on Information Resources Management (Conf-IRM), Niagara Falls, Ontario, Canada
- Münstermann, Eckhardt, & Weitzel (2010): The performance impact of business process standardization. In: Business Process Management Journal (16:1), 29-56

- Münstermann, von Stetten, Eckhardt & Laumer (2010b): The Performance Impact of Business Process Standardization - HR Case Study Insights, Management Research Review (33:9), 924-939
- Orlikowski und Hofman (1997), An Improvisational Model for Change Management: The Case of Groupware Technologies, Sloan Management Review, Winter, 11-21
- Palmberg, Klara (2009): Exploring process management: are there any widespread models and definitions? In: The TQM Journal 21 (2), S. 203–215.Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., and Reijers, H. 2013. Fundamentals of business process management, Berlin, New York: Springer
- Pfaff, D., Skiera, B., and Weitzel, T. (2004): Financial-Chain-Management: Ein generisches Modell zur Identifikation von Verbesserungspotenzialen, WIRTSCHAFTSINFORMATIK (46:2), 107-117
- Reijers at el. (2005), Best practices in business process redesign: an overview and qualitative evaluation of successful redesign heuristics. Omega 33(4), 283–306
- Shaw, D. R., Holland, C. P., Kawalek, P., Snowdon, B. and Warboys B. (2007): "Elements of a business process management system: theory and practice", Business Process Management Journal (13:1), pp. 91-107
- Skiera, B., König, W., Gensler, S., Weitzel, T., Beimborn, D., Blumenberg, S., Franke, J., and Pfaff, D. (2004), Financial Chain Management - Prozessanalyse, Effizienzpotenziale und Outsourcing, Books on Demand, Norderstedt.
- Venkatesh, V. and H. Bala (2008), Technology Acceptance Model 3 and a Re-search Agenda on Interventions. Decision Sciences, 39 (2), p. 273-315.
- Wahrenburg, M.; König, W.; Beimborn, D.; Franke, J.; Gellrich, T.; Hackethal, A.; Holzhäuser, M.; Schwarze, F.; Weitzel, T. (2005): Kreditprozess-Management In: Books on Demand; Norderstedt
- Weitzel (2004): Economics of Standards in Information Networks, Springer Physica, New York.
- Weitzel, T., Eckhardt, A., von Westarp, F., von Stetten, A., Laumer, S., and Kraft, B. (2011): Recruiting 2011, Weka Verlag, Zürich, Schweiz.
- Weitzel, T., Eckhardt, A., Laumer, S. (2009): A Framework for Recruiting IT Talent: Lessons from Siemens, MIS Quarterly Executive (8:4), 123-137
- Weitzel, T., Martin, S., and König, W. (2003): Straight Through Processing auf XML-Basis im Wertpapiergeschäft, WIRTSCHAFTSINFORMATIK (45:4), 409-420
- Zairi, Mohamed (1997): Business process management: a boundary less approach to modern competitiveness. In: Business Process Management Journal 3 (1), S. 64–80.

2. Optimierung IT-lastiger Geschäftsprozesse **Lehrformen:** Übung **Dozenten:** Mitarbeiter Wirtschaftsinformatik, insb. Informationssysteme in Dienstleistungsbereichen **Sprache:** Deutsch/Englisch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**2,00 SWS**

Inhalte:
Die Inhalte der Vorlesung werden anhand von Übungsaufgaben und insbesondere Fallstudien vertieft. Zur Vermittlung der Inhalte fokussiert die Übung auf den Ansatz der „Teaching Cases“. Hierzu werden Fallstudien mit den Studierenden erarbeitet und diskutiert.

Neben der Aufarbeitung der Vorlesungsinhalte wird auf die Vermittlung von Soft Skills und die Vorbereitung auf den eigenen Bewerbungsprozess zur Erreichung und Ausfüllung einer erfolgreichen Managementposition durch die Studierenden Wert gelegt. Entsprechende Workshops werden gemeinsam mit Partnern aus der Praxis durchgeführt.

Literatur:
siehe Vorlesung

Prüfung
schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten
Beschreibung:
In der Klausur werden die in Vorlesung und Übung behandelten Inhalte geprüft. Es können 90 Punkte erzielt werden. Durch die freiwillige Abgabe von semesterbegleitenden Studienleistungen können Punkte zur Notenverbesserung gesammelt werden, die auf die Klausur anrechenbar sind, sofern die Klausur auch ohne Punkte aus Studienleistungen bestanden ist. Zu Beginn der Lehrveranstaltung wird bekannt gegeben, ob Studienleistungen angeboten werden. Falls Studienleistungen angeboten werden, wird zu diesem Zeitpunkt auch die Anzahl, die Art, der Umfang und die Bearbeitungsdauer der Studienleistungen sowie die Anzahl an erreichbaren Punkten pro Studienleistung bekannt gegeben. Eine Bewertung von 1,0 kann auch ohne Punkte aus den Studienleistungen erreicht werden.

Modul ISDL-ISS3-M IT-Wertschöpfung *IT Business Value*	6 ECTS / 180 h
(seit WS17/18) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Tim Weitzel	

Inhalte:

Gegenstand der Lehrveranstaltung sind Ansätze, wie ein Unternehmen die IT-Ressource zum Auf- und Ausbau von Wettbewerbsvorteilen einsetzen kann. Dafür werden neben den theoretischen Grundlagen insbesondere die Themengebiete IT-Strategie und IT-Governance eingehend behandelt. Da speziell in weiten Teilen der Dienstleistungswirtschaft die IT neben den Personalressourcen den primären Produktionsfaktor zur Bereitstellung von Diensten darstellt, ist ein Schwerpunkt dieser Veranstaltung die Bestimmung und die Beeinflussung des betriebswirtschaftlichen Nutzens, den IT allgemein und Informationssysteme im Besonderen zum Unternehmenserfolg beitragen. Ein wesentlicher Aspekt für die Erfolgswirkung der Informationssysteme ist dabei die Herausforderung, sie auf die Geschäftsprozesse auszurichten und ein „IT/Business-Alignment“ herzustellen, also das Zusammenspiel von IT- und Fachabteilungen zu verstehen und zu gestalten. Es wird aufgezeigt, dass der optimale Einsatz der IT-Ressource im Unternehmen letztlich weniger eine technische Frage (Hardware, Infrastruktur, ...) ist, sondern eine Portfoliobetrachtung erfordert, die sicher stellt, dass die IT im Kontext der unterstützten Geschäftsprozesse geeignet genutzt wird. Die wissenschaftliche Perspektive wird durch Vorträge von Partnerunternehmen aus der Praxis sowie die Behandlung von Fallstudien ergänzt.

Lernziele/Kompetenzen:

Dieses Modul gibt einen Einblick in die Diskussion um die Fragestellung, inwiefern IT in Unternehmen einen Wertbeitrag liefert. Ausgehend von dieser in der Wissenschaft und Praxis kontrovers geführten Debatte erweben die Studierenden grundlegende Theorien, aktuelle Konzepte sowie praxisorientierte Lösungswege und Methoden zur Beantwortung. Es wird ein tiefgreifendes Verständnis darüber geschaffen, wie Unternehmen die IT-Wertschöpfung ganzheitlich steuern und bewerten können und damit z. B. IT-Investitionen zu begründen.

Ziel ist es, den Studierenden ein umfassendes Verständnis des Managements der IT-Ressource in ihren verschiedenen Facetten zu vermitteln und Methoden an die Hand zu geben, diese Ressource strategisch einzusetzen. Die Leitfrage der Veranstaltung lautet: Welchen Wertbeitrag liefert die IT einem Unternehmen und wie kann dieser Wertbeitrag gesteuert und verbessert werden.

Sonstige Informationen:

Der Arbeitsaufwand für dieses Modul gliedert sich ungefähr wie folgt:

- Teilnahme an Vorlesung und Übung: insgesamt 45 Stunden
- Vor- und Nachbereitung der Vorlesung und Übung (inkl. Recherche und Studium zusätzlicher Quellen): 90 Stunden
- Prüfungsvorbereitung: 45 Stunden (basierend auf dem bereits im obigen Sinne erarbeiteten Stoff)

Die Vorlesungen und Übungen werden auf Deutsch gehalten, jedoch sind die Vorlesungs- und Übungsunterlagen sowie die Prüfung auch auf Englisch verfügbar.

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:

keine

Empfohlene Vorkenntnisse:	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
keine	keine

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen

1. IT-Wertschöpfung — **2,00 SWS**

Lehrformen: Vorlesung
Dozenten: Prof. Dr. Tim Weitzel
Sprache: Deutsch/Englisch
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich

Inhalte:

In der Vorlesung werden zentrale Bereiche des Themengebiets IT-Wertschöpfung und IT-Management betrachtet:

- Theoretische Grundlagen (z.B. Resource-based view, Dynamic Capabilities)
- IT-Strategie
- IT-Architektur
- IT-Governance
- IT-Business-Alignment
- IT-Bewertung

Literatur:

- Carr, N. (2003): IT Doesn't Matter, in: Harvard Business Review, Vol. 81, No. 5, With Letters to the Editor.
- Chan, Y.E., und Reich, B.H. (2007): IT alignment: what have we learned?, in: Journal of Information Technology, No. 22, pp. 297-315.
- Henderson, B.D. und Venkatraman, N. (1993): Strategic alignment: leveraging information technology for transforming organizations, in: IBM Systems Journal (32:1), pp. 4-16.
- Kohli, R., and Grover, V. (2008): Business Value of IT: An Essay on Expanding Research Directions to Keep up with the Times, in: Journal of the AIS, Vol. 9, No. 1, pp. 23-39.
- Melville, N., Kraemer, K., Gurbaxani, V. (2004): Review: Information Technology and Organizational Performance: An Integrative Model of IT Business Value, in: MIS Quarterly (28:2), pp. 283-322.
- Mitra et al. (2011): Measuring IT Performance and Communicating Value, in: MISQ Executive (10:1), pp. 47-59.
- Ross, J.W. (2003): Creating a Strategic IT Architecture Competency: Learning in Stages, in: MISQ Executive (2:1), pp. 31-43.
- Wade, M., und Hulland, J.S. (2004): Review : The Resource-Based View and Information Systems Research: Review, Extension, and Suggestions for Future Research, in: MIS Quarterly (28:1), pp. 107-142.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

2. IT-Wertschöpfung — **2,00 SWS**

Lehrformen: Übung
Dozenten: Mitarbeiter Wirtschaftsinformatik, insb. Informationssysteme in Dienstleistungsbereichen
Sprache: Deutsch/Englisch

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich **Inhalte:** Die Inhalte der Vorlesung werden anhand von Übungsaufgaben und Fallstudien (Gruppenarbeiten) vertieft. **Literatur:** siehe Vorlesung	

Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten **Beschreibung:** In der Klausur werden die in Vorlesung und Übung behandelten Inhalte geprüft. Es können 90 Punkte erzielt werden. Durch die freiwillige Abgabe von semesterbegleitenden Studienleistungen können Punkte zur Notenverbesserung gesammelt werden, die auf die Klausur anrechenbar sind, sofern die Klausur auch ohne Punkte aus Studienleistungen bestanden ist. Zu Beginn der Lehrveranstaltung wird bekannt gegeben, ob Studienleistungen angeboten werden. Falls Studienleistungen angeboten werden, wird zu diesem Zeitpunkt auch die Anzahl, die Art, der Umfang und die Bearbeitungsdauer der Studienleistungen sowie die Anzahl an erreichbaren Punkten pro Studienleistung bekannt gegeben. Eine Bewertung von 1,0 kann auch ohne Punkte aus den Studienleistungen erreicht werden.	

Modul ISHANDS-Change-M Digital Change Management *Digital Change Management*	6 ECTS / 180 h
(seit SS24) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Christian Maier	

Inhalte:
Die digitale Transformation ist für Unternehmen essentiell, um langfristig konkurrenzfähig zu bleiben. Jedoch scheitern viele Transformationsprojekte an dem Widerstand der Belegschaft gegenüber Veränderungen.

Das Modul adressiert diesen Herausforderungen durch die Vermittlung verschiedener Methoden, Instrumente und Theorien. Es beleuchtet unterschiedliche Aspekte der Arbeitssystemtheorie, erforscht das Phänomen der Nutzerakzeptanz und -resistenz und diskutiert wirksame Interventionsstrategien. Zudem wird dargelegt, wie die Reaktionen der MitarbeiterInnen von ihren individuellen Erfahrungen, Persönlichkeitsmerkmalen und spezifischen Aufgabenbereichen beeinflusst werden. Dies hilft, um digitale Transformationsprojekte erfolgreich durchzuführen.

Ein innovatives Element des Kurses ist die Integration einer Planspielsimulation. Diese interaktive Simulation ermöglicht es den Studierenden, das theoretische Wissen praktisch anzuwenden, indem sie in die Rolle eines Change-Managers schlüpfen und den Prozess der digitalen Transformation aktiv begleiten. Ergänzt wird dies durch Einblicke in reale Fallstudien.

Der Kurs zielt darauf ab, Schlüsselfragen der digitalen Transformation zu klären, wie beispielsweise:

- Wie fördert die Arbeitssystemtheorie eine erfolgreiche digitale Transformation?
- Inwiefern ist das IT-Business Alignment für die digitale Transformation entscheidend und wer trägt hierfür die Verantwortung?
- Welche Methoden zur Transformation und Implementierung sind für das Management der digitalen Transformation effektiv?
- Warum entsteht Nutzerwiderstand gegenüber der digitalen Transformation?
- Wie differenzieren sich Nutzerakzeptanz und -widerstand?
- Welche Interventionen sind zur Steuerung der digitalen Transformation effektiv?

Lernziele/Kompetenzen:
Studierende erlangen ein tiefgreifendes Verständnis der komplexen Herausforderungen, die mit der digitalen Transformation verbunden sind. Dies schließt detaillierte Kenntnisse über verschiedene Implementierungsstrategien für digitale Technologien ein, sowie ein Bewusstsein für potenzielle Hindernisse, wie z.B. Widerstände seitens der Mitarbeitenden. Sie lernen spezifische Interventionstechniken, um solche Herausforderungen zu bewältigen. Darüber hinaus erwerben die Studierenden praktische Fähigkeiten in der Steuerung digitaler Veränderungsprojekte. Sie werden vertraut gemacht mit relevanten Managementmethoden und -werkzeugen, um digitale Transformationsprojekte nicht nur effektiv zu planen und zu gestalten, sondern auch erfolgreich umzusetzen. Ziel ist es, ihnen die Fähigkeiten zu vermitteln, digitale Veränderungen in Unternehmen strategisch und operativ zu führen.

Sonstige Informationen:
Alle Lehrmaterialien und Unterlagen für dieses Modul werden in englischer Sprache bereitgestellt. Die Vorlesungen sowie die Übungen werden jedoch in deutscher Sprache durchgeführt, um eine klare und verständliche Wissensvermittlung zu gewährleisten.

Der Gesamtarbeitsaufwand für dieses Modul setzt sich wie folgt zusammen:

- Aktive Teilnahme an Vorlesungen und Übungen: insgesamt etwa 45 Stunden.
- Selbstständige Vor- und Nachbereitung der Vorlesungsinhalte sowie Übungen: ungefähr 90 Stunden.
- Intensive Prüfungsvorbereitung: circa 45 Stunden.

Zusätzlich besteht die Möglichkeit, eine freiwillige Studienleistung zu erbringen, für die maximal 10 Bonuspunkte vergeben werden. Die Teilnahme an der Studienleistung vertieft das Verständnis des Lehrstoffs und trägt zur Verbesserung der Gesamtbewertung des Moduls bei.

Sowohl die Vorlesungen als auch die Übungen sind primär als Präsenzveranstaltungen konzipiert.

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen

1. Digital Change Management — **2,00 SWS**

Lehrformen: Vorlesung
Dozenten: Prof. Dr. Christian Maier
Sprache: Deutsch
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich

Inhalte:
Die Vorlesung thematisiert beispielhaft die folgenden Schwerpunkte:

- Arbeitssystemtheorie
- IT-Business-Alignment
- Prozesse und Phasen des Change-Managements
- Change-Management-Theorien (z.B. Nutzerakzeptanz und -widerstände)
- Change-Management-Strategien und Methoden
- Management von IT-MitarbeiterInnen

Literatur:
Jede Vorlesung baut auf aktueller, spezifischer Literatur auf, wie etwa:

- Alter, S. (2013). Work System Theory: Overview of Core Concepts, Extensions, and Challenges for the Future. Journal of the Association for Information Systems, 14 (2), 72-121.
- Bhattacherjee, A., Davis, C. J., Connolly, A. J., & Hikmet, N. (2018). User response to mandatory IT use: a coping theory perspective. European Journal of Information Systems, 27(4), 395–414.
- Kotter, J.P. (2010). Leading Change, Harvard Business Press.
- Laumer, S., Maier, C., Eckhardt, A. & Weitzel, T (2016). Work Routines as an Object of Resistance During Information Systems Implementations: Theoretical Foundation and Empirical Evidence. European Journal of Information Systems, 25, 317–343.

• Negoita, B., Rahrovani, Y., Lapointe, L., & Pinsonneault, A. (2022). Distributed IT championing: A process theory. Journal of Information Technology, 37(1), 2–30. • Sykes, T. A. (2020). Enterprise System Implementation and Employee Job Outcomes: Understanding the Role of Formal and Informal Support Structures Using the Job Strain Model. MIS Quarterly, 44(4), 2055–2086. • Wessel, L., Baiyere, A., Ologeanu-Taddei, R., Cha, J., & Blegind-Jensen, T. (2021). Unpacking the Difference Between Digital Transformation and IT-Enabled Organizational Transformation. Journal of the Association for Information Systems, 22(1), 102–129.	
2. Digital Change Management **Lehrformen:** Übung **Dozenten:** Mitarbeiter Health and Society in the Digital Age **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich **Inhalte:** Die Übung diskutiert die in der Vorlesung eingeführten Theorien und Methoden. Mittels Simulationen und Fallstudien werden diese angewandt und detailliert diskutiert. **Literatur:** Siehe Vorlesung.	**2,00 SWS**

Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten **Beschreibung:** In der Klausur werden die Lerninhalte, die während der Vorlesungen und Übungen behandelt wurden, geprüft. Insgesamt können in der Klausur bis zu 90 Punkte erreicht werden. Studierende haben die Möglichkeit, durch die freiwillige Abgabe von semesterbegleitenden Studienleistungen bis zu 10 zusätzliche Punkte zu erlangen. Diese Bonuspunkte können zur Verbesserung der Gesamtnote verwendet werden, allerdings nur, wenn die Klausur bereits ohne diese Zusatzpunkte bestanden wurde. Zu Beginn der Lehrveranstaltung werden die genauen Anforderungen und Modalitäten der Studienleistung bekannt gegeben, einschließlich der Art der Aufgabenstellung (zum Beispiel Einzel- oder Gruppenarbeit, Präsentationen oder Fallstudienanalyse). Es ist wichtig zu beachten, dass eine Bewertung von 1,0 auch ohne die zusätzlichen Punkte aus der Studienleistung erreicht werden kann. Die Prüfung kann wahlweise in deutscher oder englischer Sprache absolviert werden.	

Modul ISM-MDI-M Managing Digital Innovation *Managing Digital Innovation*	6 ECTS / 180 h

(seit SS22)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Daniel Beimborn

Inhalte:
Unternehmen aller Branchen arbeiten darauf hin, ihre Produkte, Services und Geschäftsmodelle durch digitale Innovationen zu transformieren, um erfolgreich am Markt bestehen zu bleiben und die Vorteile digitaler Technologien für ihr Geschäft zu nutzen. Bekannte Beispiele wie Uber vs. Taxibranche, AirBnB vs. Hotellerie, Netflix vs. Medienindustrie zeigen, dass auf digitalen Technologien basierende Geschäftsmodelle in der Lage sind, große Unternehmen und ihr Geschäft substanziell zu gefährden.

In diesem Kontext haben Wirtschaftsinformatik und Informationssystemmanagement die strategische Aufgabe, Unternehmen bestmöglich bei der Innovationsfindung und -realisierung zu unterstützen; es wird sogar zunehmend zur Kernaufgabe der Wirtschaftsinformatik, die Frage zu beantworten, wie mit Hilfe von digitalen Technologien und Daten ein strategischer Innovationsbeitrag für den Erfolg von Unternehmen geleistet werden kann. Das Modul MDI beschäftigt sich mit modernen Management-Ansätzen, die von Unternehmen eingesetzt werden, um digitale Strategien zu entwickeln sowie digitale Innovationen zu identifizieren und erfolgreich im Markt zu positionieren. Auf Basis einer Betrachtung moderner digitaler Innovationstheorien und der Besonderheiten digitaler Technologien werden die Anforderungen an die Gestaltung eines digitalen Innovationsmanagements betrachtet und Umsetzungsstrategien beleuchtet. Dabei werden Ansätze des Strategy Management, Innovation Management und Marketing mit denen der Wirtschaftsinformatik integriert.

Lernziele/Kompetenzen:
Nach Absolvierung des Kurses haben die Studierenden ein Verständnis für die Herausforderungen, Ziele und Ansätze digitaler Strategieentwicklung und digitalen Innovationsmanagements entwickelt. Sie sind in der Lage, digitale Geschäftsmodelle zu entwerfen und organisatorische Strukturen für ein digitales Innovationsmanagement zu definieren, zu gestalten sowie mittels geeigneter Managementansätze ein Vorgehen zu deren Realisierung zu schaffen.

Sonstige Informationen:
Der Arbeitsaufwand von 180 akademischen Stunden gliedert sich in etwa wie folgt:

56h: Teilnahme am Präsenzunterricht

124h für die Vor- und Nachbereitung des Unterrichts sowie Erbringung der Portfolioleistungen

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse:	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik (z.B. aus dem Bachelorstudium ISM-EidWI-B), Informationsmanagement (z.B aus dem Bachelorstudium SNA-WIM-B).	keine

Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:**
		1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Managing Digital Innovation **Lehrformen:** Seminaristischer Unterricht	**4,00 SWS**

Dozenten: Prof. Dr. Daniel Beimborn
Sprache: Deutsch
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich

Inhalte:
Der Kurs orientiert sich an folgender Gliederung (vorbehaltlich Änderungen):

1. Grundlagen des Managements digitaler Innovationen
2. Theoretische Grundlagen digitaler Innovationen
3. Digitale Technologien und digitale Innovation
4. Digital Innovation Discovery: Identifizieren neuer digitaler Innovationen und Geschäftsmodelle
5. Typen digitaler Geschäftsmodelle und Entwicklung einer Digital Business Strategy
6. Digital Innovation Implementation
7. Digital Innovation Diffusion: Erfolgreiches Rollout und Verankerung der digitalen Innovationen/Geschäftsmodelle im Markt
8. Einfluss digitaler Innovationen: Ökonomie, Gesellschaft und Umwelt

Literatur:
Die konkret verwendete Literatur wird jeweils im Unterricht bzw. über die elektronische Lernplattform (VC) bekannt gegeben. Teilweise müssen Fallstudien erworben werden.

Grundlegende Quellen sind:

- Hoffmeister (2013): Digitale Geschäftsmodelle richtig einschätzen. Hanser-Verlag, München.
- Kreutzer, Neugebauer, Pattloch (2017): Digital Business Leadership. Springer Gabler, Heidelberg.
- March (1991): Exploration and Exploitation in Organizational Learning. Organization Science 2 (1), pp. 71-87.
- McAfee, Brynjolfsson (2017): Machine, Platform, Crowd: Harnessing our Digital Future. Norton & Company.
- Osterwalder, Pigneur (2010): Business Model Generation. John Wiley & Sons.
- Osterwalder, Pigneur, Bernarda, Smith (2014): Value Proposition Design. John Wiley & Sons.
- Parker, van Alstyne, Choudary (2017): Platform Revolution – How Networked Markets Are Transforming and How to Make Them Work for You. Norton & Company.
- Schilling (2017): Strategic Management of Technological Innovation. McGraw-Hill.
- Weill, Woerner: What’s your Digital Business Model? Harvard Business Review Press, 2018.
- Westerman, Bonnet, McAfee (2014): Leading Digital – Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press.

Prüfung
Portfolio / Bearbeitungsfrist: 14 Wochen
Beschreibung:

Beschreibung: Während des Moduls sind mehrere Leistungselemente zu erbringen, die sich zu einem Portfolio zusammenfügen. Mit diesem werden die im Modul (Vorlesung, Übung, Readings) behandelten Inhalte geprüft. Es können insgesamt 60 Punkte erzielt werden.	

Modul ISM-MDT-M Managing Digital Transformation *Managing Digital Transformation*	6 ECTS / 180 h

(seit SS21)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Daniel Beimborn

Inhalte:
Branchenübergreifend sehen sich Unternehmen aller Art seit einigen Jahren der Herausforderung gegenüber gestellt den „digitalen Wandel“ erfolgreich zu gestalten. Um dabei erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen ihren grundlegenden organisationalen Aufbau anpassen, sowohl strukturell als auch kulturell. Durch die stetig wachsende Bedeutung von Informationstechnologien entsteht hierbei auch eine immer engere Verzahnung zwischen IT Strategie und Geschäftsstrategie. Eine grundlegende Wandlung der organisationalen Ausrichtung kann dabei in vielen Branchen erkannt werden - so zum Beispiel in der Automobilbranche (Incumbents vs. Apple oder Google) oder in der Medienbranche (Incumbents vs. Netflix oder Amazon). Diese Beispiele zeigen, dass auf digitalen Technologien basierende Geschäftsmodelle in der Lage sind, große Unternehmen und ihr Geschäft substanziell zu gefährden.

In diesem Kontext haben Wirtschaftsinformatik und Informationssystemmanagement die strategische Aufgabe, Unternehmen bestmöglich bei der organisationalen Transformation zu unterstützen; es wird sogar zunehmend zur Kernaufgabe unserer Disziplin, die Frage zu beantworten, wie mit Hilfe von digitalen Technologien und Daten ein strategischer Beitrag für den Erfolg von Unternehmen geleistet werden kann. Das Modul MDT beschäftigt sich mit modernen Management-Ansätzen, die von Unternehmen eingesetzt werden, um digitale Innovationen zu implementieren und auf deren Basis die eigenen Geschäftsmodelle, Strukturen, Abläufe und Architekturen zu transformieren. So beschäftigt sich der Kurs mit der Schaffung neuer „digitaler“ Rollen (Chief Digital Officers u.a.) und Organisationseinheiten (Digital Innovation Labs etc.), der kompletten Neustrukturierung von Aufbauorganisationen (bspw. Scaled Agile, Implementierung von Squads & Tribes entsprechend des Spotify-Konzepts), der Verzahnung mit dem Unternehmensarchitekturmanagement sowie der überbetrieblichen Umgestaltung eines digitalen Ökosystems. Im letzten Teil werden über das eigene Unternehmen hinausgehende ökonomische und gesellschaftliche Implikationen in den Blick genommen (Future of Work, Digital Divide, Globalization 3.0, e-Waste).

Lernziele/Kompetenzen:
Nach Absolvierung des Kurses haben die Studierenden ein Verständnis für die Herausforderungen, Ziele und Ansätze digitaler Transformation entwickelt. Sie sind in der Lage, aus ganzheitlicher Perspektive Geschäftsmodelle und zugrundeliegende Organisations- und IT-Strukturen zu gestalten und mittels geeigneter Managementansätze ein Vorgehen zu deren Umsetzung zu implementieren.

Sonstige Informationen:
Der Arbeitsaufwand von 180 akademischen Stunden gliedert sich in etwa wie folgt:

- 56 Stunden: Teilnahme am Präsenzunterricht
- 124h für die Vor- und Nachbereitung des Unterrichts sowie Erbringung der Portfolioleistungen

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse:	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
Managing Digital Innovation (ISM-MDI-M), Grundlagen der Wirtschaftsinformatik (z.B. aus dem Bachelorstudium ISM-EidWI-B), Unternehmensarchitekturmanagement (z.B. aus dem Bachelorstudium	keine

IIS-EAM-B), Informationsmanagement (z.B aus dem Bachelorstudium SNA-WIM-B).		
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Managing Digital Transformation **Lehrformen:** Seminaristischer Unterricht **Dozenten:** Prof. Dr. Daniel Beimborn **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**4,00 SWS**

Inhalte:

Der Kurs orientiert sich an folgender Gliederung (vorbehaltlich Änderungen):

1.) Grundlagen der digitalen Transformation
2.) Transformation der IT-Architektur
3.) Transformation der Organisationsstruktur
4.) Transformation der Organisationskultur und Schaffung eines Digital Mindset
5.) Management digitaler Talente/HR
6.) Controlling der digitalen Transformation: Controlling-Ansätze und Metriken zur Steuerung von Transformationsvorhaben und für den Erfolgsnachweis
7.) Gestaltung und Management digitaler Ökosysteme
8.) Ethische und gesellschaftliche Fragestellungen der digitalen Transformation

Organisatorische Hinweise:

Dieser Kurs unterscheidet nicht zwischen Vorlesung und Übung, sondern vermittelt die Konzepte in Form eines seminaristischen, fallstudienbasierten, interaktiven Unterrichts im Rahmen von wöchentlichen Blöcken zu je 4 akademischen Stunden. Eine Vorab-Anmeldung zu dem Kurs ist notwendig (s. Lehrstuhl-Website) und es wird aktive Mitarbeit sowie die dafür nötige Vor- und Nachbereitung erwartet – typischerweise ist pro Woche ein Reading/Fallstudie zu lesen und vorzubereiten. Klausurrelevant sind alle Unterrichtsmaterialien und vor allem auch die gemeinsam im Unterricht erarbeiteten Konzepte.

Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen werden nach ihrer Anmeldung im entsprechenden VC-Kurs eingetragen und darüber mit allen Informationen, der Lektüre und den (Haus-)Aufgaben/Assignments versorgt.

Es wird angestrebt, den Kurs durch Praxisvorträge und Workshops mit Unternehmenspartnern anzureichern. Diese Planung findet jedoch aufgrund der Verfügbarkeit von Unternehmensvertretern kurzfristiger statt – die angemeldeten Kursteilnehmer erhalten die entsprechenden Informationen dann via VC-Kurs.

Literatur:

Die konkret verwendete Literatur wird jeweils im Unterricht bzw. über die elektronische Lernplattform (VC) bekannt gegeben. Teilweise müssen Fallstudien erworben werden.

Grundlegende Quellen sind:

• Hering: DevOps for the modern enterprise: Winning practices to transform legacy IT organizations. IT Revolution, 2018. • Hesselberg: Unlocking Agility: An insiders guide to agile enterprise transformation. Addison-Wesley, 2019. • McAfee, Brynjolfsson: Machine, Platform, Crowd: Harnessing our Digital Future. Norton & Company, 2017. • Rogers: The Digital Transformation Playbook. Columbia Business School Publishing, 2016. • Parker, van Alstyne, Choudary: Platform Revolution – How Networked Markets Are Transforming and How to Make Them Work for You. Norton & Company, 2017. • Uhl, Gollenia: Digital Enterprise Transformation – A Business-Driven Approach to Leveraging Innovative IT. • Westerman, Bonnet, McAfee: Leading Digital – Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press, 2014.	

Prüfung Portfolio / Bearbeitungsfrist: 14 Wochen **Beschreibung:** Während des Moduls sind mehrere Leistungselemente zu erbringen, die sich zu einem Portfolio zusammenfügen. Mit diesem werden die im Modul (Vorlesung, Übung, Readings) behandelten Inhalte geprüft. Es können insgesamt 60 Punkte erzielt werden.	

Modul Inno-M-02 Innovation und Kollaboration: Management von intra- und interorganisationalen Innovationsschnittstellen *Innovation & Collaboration*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium

(seit SS24)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Fliaster
Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in

Inhalte:

1. Bedeutung der Kollaboration für Innovationen und Wettbewerbserfolg
2. Definitionen und Formen der Kollaboration
3. Ausgewählte Theorien der Kollaboration
4. Ausgewählte Kernfelder der Kollaboration (Lernsimulationen & Fallstudien)
5. Anwendung von Managementansätzen auf aktuelle Handlungsfelder des kollaborativen Innovationsmanagements (Seminararbeiten)

Lernziele/Kompetenzen:

Speziell in technologieintensiven Branchen setzen die Innovationsprozesse eine enge Zusammenarbeit von Mitarbeitern aus unterschiedlichen Funktionsbereichen und Abteilungen des Unternehmens voraus. Diese Zusammenarbeit findet zunehmend auch im Rahmen von virtuellen Entwicklungsteams mit internationaler Besetzung statt. Darüber hinaus sind an der Entwicklung und Verwertung von neuen Produkten und Dienstleistungen immer häufiger auch außerorganisationale Akteure beteiligt, etwa im Rahmen von Open Innovation. Weiterhin führen solche offenen Innovations- und Wertschöpfungsprozesse insbesondere bei digitalen Innovationen häufig zur Entstehung komplexer Ökosysteme.

In der Lehrveranstaltung werden die Studierenden mit diesen inner- und zwischenbetrieblichen kooperativen Innovationsprozessen vertraut gemacht und dadurch auf die Steuerung von komplexen Innovationsprojekten und die entsprechenden Führungsaufgaben vorbereitet.

Die Veranstaltung ist in zwei Teile gegliedert. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen zum Schnittstellen- und Kooperationsmanagement vermittelt. Dies erfolgt insbesondere durch den Einsatz von interaktiven Lehrmethoden, vor allem der multimediabasierten Lernsimulation „Learning to Collaborate“, die in einem von der Europäischen Kommission geförderten Forschungsprojekt vom internationalen Expertenteam unter der Beteiligung von Prof. Dr. Fliaster entwickelt wurde.

Darüber hinaus werden im Rahmen der Gruppenarbeit mehrere Fallstudien und Lernvideos analysiert. Darauf basierend erfolgt im zweiten Teil die Ausarbeitung von Fragestellungen des kollaborativen Innovationsmanagements durch die Studierenden im Rahmen von Seminararbeiten.

• Studierende gewinnen profunde Kenntnisse zu Inhalten, Theorien und Methoden der Kollaboration in und zwischen Organisationen.
• Studierende können Zusammenhänge zwischen Theorie und Praxis der Innovationskollaboration erkennen und kritisch analysieren.
• Studierende können spezifische Problem- und Fragestellungen einordnen und auswerten und eigene Lösungsansätze für das Innovationsmanagement in den Unternehmungen beispielhaft entwickeln.
• Durch den Einsatz der Lernsimulationen und andere Formen der Gruppenarbeit bauen die Studierenden ihre eigenen Kommunikations- und Kooperationsfähigkeiten aus.

Sonstige Informationen:

http://www.uni-bamberg.de/bwl-inno/

Die Anzahl der Teilnehmenden ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.
Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.

Das Modul wird im Sommersemester 2024 nicht angeboten!

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen

Innovation und Kollaboration: Management von intra- und interorganisationalen Innovationsschnittstellen — **3,00 SWS**

Lehrformen: Seminar
Sprache: Deutsch/Englisch
Angebotshäufigkeit: WS, SS

Inhalte:
Fallstudien und Lernvideos auf Englisch

Das Modul wird im Sommersemester 2024 nicht angeboten!

Literatur:

- Hansen, M.T. (2009): Collaboration: how leaders avoid the traps, create unity, and reap big results. Boston, MA, Harvard Business Press.
- Fliaster, A./Marr, R. (2003): Bröckelt das Loyalitätsgefüge in deutschen Unternehmen? Herausforderungen für die künftige Gestaltung des "psychologischen Vertrages" mit Führungskräften. In: Ringlstetter, M., Henzler, H., Mirow, M. (Hrsg.). Perspektiven der Strategischen Unternehmensführung. Theorien, Konzepte, Anwendungen. Wiesbaden: Gabler Verlag, S.277-305.
- Salvato, C./Reuer, J.J./Battigalli, P. (2017): Cooperation across Disciplines: A Multilevel Perspective on Cooperative Behavior in Governing Interfirm Relations. Academy of Management Annuals, 11(2), pp. 960-1004.
- Huxham, C./Vangen, S.E. (2005): Managing to Collaborate – The Theory and Practice of Collaborative Advantage. London: Routledge.
- Chesbrough, H. (2008): Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Boston: Harvard Business School Press.
- Daidj, N. (2017): Cooperation, Coopetition, and Innovation. Hoboken: Wiley & Sons, Inc.
- Iansiti, M./Levien, R. (2004): The keystone advantage: what the new dynamics of business ecosystems mean for strategy, innovation, and sustainability. Boston: Harvard Business Press.

Weitere Literatur, insbesondere Zeitschriftenaufsätze zu den einzelnen Seminarthemen wird im Virtual Campus zur Verfügung gestellt.	
Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 10 Minuten **Beschreibung:** Die Prüfungsleistung in diesem Modul ist durch eine schriftliche Hausarbeit mit Referat und eine schriftliche Klausur zu erbringen: Die schriftliche Hausarbeit wird in der Regel in Form von Gruppenarbeit erstellt und präsentiert; die Leistung wird jedoch individuell bewertet und muss daher in allen abzugebenden Unterlagen (d.h. sowohl in der Hausarbeit als auch in den Referatsunterlagen) klar namentlich an den betreffenden Stellen gekennzeichnet sein. Das Referat besteht aus der Präsentation der Hausarbeit, den eingereichten Präsentationsunterlagen und der individuellen Fragenbeantwortung zum Thema der Hausarbeit. Hausarbeit mit Referat stellen 60 % der Modulnote dar. Einzelheiten sind im aktuellen Syllabus geregelt, der den zugelassenen teilnehmenden Studierenden im Virtual Campus zum Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt wird. Die Bearbeitungsfrist der Hausarbeit wird in der ersten Lehrveranstaltung mitgeteilt.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 25 Minuten **Beschreibung:** Der theoretische Inhalt der Lehrveranstaltung wird in einer schriftlichen Klausur geprüft. Die Klausur stellt 40% der Modulnote dar. Im Übrigen siehe unten bei der Prüfungsbeschreibung Hausarbeit mit Referat.	

Modul Inno-M-03 Implementation and Diffusion of Innovations *Implementation and Diffusion of Innovations*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Fliaster	

Inhalte:

1. Organizational Change and Innovation: Key Aspects of the Theoretical Framework and Managerial Implications.
2. Resistance to Innovations: Levels, Sources, Manifestations, and Impact
2.1 Intra-organizational Resistance to Innovations: Individual, Group, and Organizational Levels
2.2 Resistance to Innovations: Impact of External Stakeholders
3. Implementation of Innovations: Bridging the Knowing-Doing-Gap (Learning Simulation)
4. Diffusion and Implementation of Innovations: Overcoming the Resistance
4.1 Impact of Innovation Characteristics on the Diffusion Rate
4.2 Stages of the Innovation-Decision Process: The Timing Issue in Addressing the Resistance
4.3 Adopter Categories and the Interplay among Them: The Role of Innovativeness
4.4 Three Tiers of Noncustomers: Using Value Innovations to Foster New Product Diffusion

Lernziele/Kompetenzen:

In today's complex business environment, developing change initiatives and making new things happen has become one of the key tasks of organizational leaders. On the other hand, managing the implementation of new technologies, systems and work processes is often a difficult, lengthy and sometimes frustrating process.
In this course, the key theoretical issues related to a successful implementation of innovations in organizations as well as their market diffusion will be analyzed in depth. In particular, the course addresses various forms and manifestations of resistance to innovation and the managerial approaches helping to overcome these barriers.
Various learning videos, case studies, as well as a computer-based business simulation developed at the Center for Advanced Learning Technologies (CALT) at INSEAD support the interactive classroom discussions. During the simulation, the students can develop and implement various strategies, select among many different tactics to meet their goals and incrementally transform the attitude of the managers, influencing their willingness to implement the proposed information technology innovation. Because the students work in teams in the learning simulation, the simulation also helps to learn group dynamics and improve social competencies. In addition, the performance of individuals and teams is reviewed and analyzed collectively after the simulation.

Sonstige Informationen:

http://www.uni-bamberg.de/bwl-inno/

Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.
Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.

Das Modul wird im Sommersemester 2025 nicht angeboten!

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:

keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Implementation and Diffusion of Innovations **Lehrformen:** Seminaristischer Unterricht **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, SS **Inhalte:** **Das Modul wird im Sommersemester 2025 nicht angeboten!** **Literatur:** • Rogers, E.M. (2003): Diffusion of Innovations, 5th Edition. New York: Free Press Verlag. • Balogun, J./Hope Hailey, V./Gustofsson, S. (2016): Exploring strategic change, 4th Edition. Harlow, Pearson. • Fliaster, A./Kolloch, M. (2017): Implementation of Green Innovations – the Impact of Stakeholders and their Network Relations. In: R & D Management, 47 (5), pp. 689-700. • Poole, M.S./Van de Ven, A.H. (Editors) (2004): Handbook of Organizational Change and Innovation. Oxford: Oxford University Press Verlag. • Supplemental readings (e.g. research articles and case studies) as well as the user manual and other relevant learning materials for the simulation will be provided during class.	**3,00 SWS**
Prüfung mündliche Prüfung **Beschreibung:** Learning Simulation: will be graded with "passed"/"not passed". Further information is given in the description of the written exam.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten **Beschreibung:** The examination consists of the successful completion of the learning simulation and passing of the written exam (duration sixty minutes). The terms for both the simulation and the written exam are mandatory. In addition to theoretical knowledge and cognitive skills primarily assessed by the written exam, the simulation essentially contributes to the development of interpersonal and strategic skills.	

Modul Inno-M-04 Organisationales Krisenmanagement *Organizational Crisis Management*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Fliaster Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	
Inhalte: 1. Systematisierung von Krisen und die Herausforderungen für das Krisenmanagement in den Unternehmen 2. Aufgaben, Phasen, organisatorische Verankerung und Hauptakteure des Krisenmanagements 3. Führung in Krisensituationen 4. Organisationale Kernkompetenzen bei der Krisenbewältigung und die Strategien des Krisenmanagements 5. Krisenmanagement als Stakeholder Management 6. Risikomanagement und Maßnahmen zur Krisenprävention 7. Management von innovationsrelevanten Krisen (Fallstudien)	
Lernziele/Kompetenzen: Die Veranstaltung gliedert sich in zwei Teile. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen des Krisenmanagements vermittelt. Dies erfolgt insbesondere durch den Einsatz von interaktiven Multimedia-basierten Lehrmethoden, vor allem die Analyse von internationalen Fallstudien. Darauf basierend erfolgt im zweiten Teil die Ausarbeitung von Fragestellungen des organisationalen Krisenmanagements durch die Studierenden im Rahmen von Seminararbeiten. • Studierende entwickeln ein höheres Bewusstsein für die Komplexität von Unternehmenskrisen und deren Anforderungen an ein erfolgreiches Management. • Studierende können eine Bandbreite von Konzepten und Methoden zur Vorbeugung und Handhabung von Unternehmenskrisen verorten und kritisch diskutieren. • Studierende können spezifische Problem- und Fragestellungen selbständig analysieren und eigene Lösungsansätze für das organisationale Krisenmanagement beispielhaft entwickeln. • Durch die Gruppenarbeit bauen die Studierenden ihre Lern-, Kooperations- und Konflikthandhabungsfähigkeiten aus.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-inno/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung. **Das Modul wird im Sommersemester 2025 nicht angeboten!**	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: keine	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine

Angebotshäufigkeit: WS, SS	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Organisationales Krisenmanagement **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Deutsch/Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, SS **Inhalte:** Fallstudien und Lernvideos auf Englisch **Das Modul wird im Sommersemester 2025 nicht angeboten!** **Literatur:** • Angehrn, A./Fliaster, A. (2015): Crises leadership competencies and development by the use of advanced learning simulations. In: Managing Change in Extreme Contexts, ed. by D. Denyer and C. Pilbeam. Routledge Studies in Organizational Change & Development. Routlege Chapman & Hall, 2015, pp. 251-276. • Coombs, W.T. (2019): Ongoing crisis communication: planning, managing and responding. Thousand Oaks: Sage. • Fürst, R./Sattelberger, T./Heil, O.P. (2007): 3D-Krisenmanagement - Bewältigung von Krisen in Krisen, München: Oldenbourg Verlag. • James, E.H./ Wooten, L.P./ Dushek, K. (2011): Crisis Management: Informing a New Leadership Research Agenda. In: The Academy of Management Annals, 5:1, 455-493. • Pearson, C./Roux, Dufort. C./Clair, J. (2007): International handbook of organizational crisis management. New York: Sage. • Ein Reader mit Fallstudien und wissenschaftlichen Zeitschriftenaufsätzen steht den Studierenden im Virtuellen Campus zur Verfügung.	**3,00 SWS**
Prüfung Hausarbeit mit Referat **Beschreibung:** Die Prüfungsleistung in diesem Modul ist durch eine schriftliche Hausarbeit mit Referat und eine schriftliche Klausur zu erbringen: Die schriftliche Hausarbeit wird in der Regel in Form von Gruppenarbeit erstellt und präsentiert; die Leistung wird jedoch individuell bewertet und muss daher in allen abzugebenden Unterlagen (d.h. sowohl in der Hausarbeit als auch in den Referatsunterlagen) klar namentlich an den betreffenden Stellen gekennzeichnet sein. Das Referat besteht aus der Präsentation der Hausarbeit (ca. 10 Minuten), den eingereichten Präsentationsunterlagen und der individuellen Fragenbeantwortung zum Thema der Hausarbeit. Hausarbeit mit Referat stellen 60 % der Modulnote dar. Einzelheiten sind im aktuellen Syllabus geregelt, der den zugelassenen Teilnehmer*innen im Virtual Campus zum Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt wird.	

Die Bearbeitungsfrist der Hausarbeit wird in der ersten Lehrveranstaltung bekannt gegeben.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 25 Minuten **Beschreibung:** Der theoretische Inhalt des Seminars wird in einer schriftlichen Klausur geprüft. Die Klausur stellt 40% der Modulnote dar. Im Übrigen siehe oben bei der Prüfungsbeschreibung Hausarbeit mit Referat.	

Modul Inno-M-05 Research Seminar on International Innovation Strategies *Research Seminar on International Innovation Strategies*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Fliaster Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	
Inhalte: 1. Competitive Advantages, Competitive Strategies and Business Modell Innovations 2. Value Innovations: Reconstructionist versus structuralist approach to innovation strategy 3. Disruptive Innovations: Theoretical framework and empirical evidence 4. Structures, systems, and management practices that allow for global innovation	
Lernziele/Kompetenzen: This course addresses various facets of the strategic innovation management in the global competitive environment in several industries: • Students will develop a deep understanding of main challenges of the global business environment and the need to manage innovations strategically. • Students will be able to explain and compare various types of innovation strategies, e.g. sustaining versus disruptive innovations. • Students will learn key approaches and tools for the development of innovation strategies, such as the strategy canvas. • Students will learn various concepts of business model innovations and investigate corporate innovation activities in various industries. • Students will work on their research skills (e.g. literature reviews) and extend their academic writing skills. • Due to the preparation of the term paper students will improve their communication and teamwork skills. In the research-oriented term papers, the students are expected to explore various current and challenging issues of strategic innovation management in various industries. Interactive classroom discussions are supported by case studies and learning videos.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-inno/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung. **Das Modul wird im Sommersemester 2025 nicht angeboten!**	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: keine	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine

Angebotshäufigkeit: WS, SS	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Research Seminar on International Innovation Strategies **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, SS **Inhalte:** **Das Modul wird im Sommersemester 2025 nicht angeboten!** **Literatur:** • Christensen, C. M. (2016): The Clayton M. Christensen Reader. Boston (Mass.): Harvard Business Review Press. • Dagnino, G. (2012): Handbook of Research on Competitive Strategy. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. • Eyring, M. J./Johnson, M.W./Nair, H. (2011): New Business Models in Emerging Markets. In: Harvard Business Review, January–February 2011, pp. 88-95. • Grant, R. M. (2019): Contemporary strategy analysis. 10th edition. Hoboken, NJ, Wiley. • Kim, C.W./Mauborgne, R. (2015): Blue Ocean Strategy - How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Boston, (Mass.): Harvard Business School Press. • Supplemental readings will be provided during class and placed on the reserve shelf at the library.	**3,00 SWS**
Prüfung Hausarbeit mit Referat **Beschreibung:** The examination contains a presentation with the corresponding written term paper as well as brief written exam: The written term paper will be generally based on and presented as a group work; nevertheless the performance of the students will be assessed individually. Therefore, the name of each group member must be stated in the respective place in all documents handed in (this includes the written term paper as well as the presentation slides). The presentation (duration: 10 minutes) consists of the oral presentation of the written exam paper, the slides handed in and the individual answering of questions regarding the presentation topic. The written term paper with its presentation represents 60% of the overall course grade. Further details are defined in the syllabus that will be available to the enrolled course participants in the Virtual Campus at the beginning of the seminar. Details of the submission deadline and the presentation will be announced during the course.	
Prüfung	

schriftliche Prüfung (Klausur) **Beschreibung:** The theoretical content of the seminar will be assessed by a brief written exam (duration 25 minutes). This exam represents 40% of the overall course grade. For further information see the description of "Hausarbeit mit Referat".	

Modul Mast-M-07 Masterarbeit *Master Thesis*		24 ECTS / 720 h
(seit WS24/25) Modulverantwortliche/r: N.N. Weitere Verantwortliche: Alle am Studiengang beteiligten Fachvertreter		
Inhalte: Das Modul Masterarbeit im Umfang von 24 ECTS-Punkten umfasst die Masterarbeit und ein unbenotetes Referat (einmalige Teilnahme; Präsentation einer Abschlussarbeit mit Diskussion). Die Themenstellung muss einen Fokus in Value Chain Management bzw. Business Ecosystems aufweisen, wie er sich aus den Inhalten der Modulgruppen Prozesse, Technologien und Menschen ergibt.		
Lernziele/Kompetenzen: Die Studierenden lernen, sich selbstständig in eine wissenschaftlich komplexe Fragestellung tief einzuarbeiten. Sie stellen eigeninitiativ eine wissenschaftliche Arbeit zusammen und wenden darin das im Studium erworbene Wissen gezielt und reflektiert an. In der wissenschaftlichen Arbeit wird ein ausgewähltes Themengebiet von den Studierenden erfasst, analysiert und diskutiert. Die Studierenden verfügen über Kompetenzen zur Bearbeitung von neuen komplexen Aufgaben- und Problemstellungen im Bereich Value Chain Management & Business Ecosystems.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	**Empfohlenes Fachsemester:** ab dem 4.	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Prüfung Masterarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 30 Minuten Bearbeitungsfrist: 4 Monate **Zulassungsvoraussetzung zur Modulprüfung:** Die Zulassung zur Masterarbeit setzt voraus, dass Module im Umfang von mindestens 60 ECTS-Punkten erfolgreich absolviert wurden. **Beschreibung:** Präsentation der Abschlussarbeit mit Diskussion: unbenotet.	

Modul Org-M-05 Corporate Strategy and Growth *Corporate Strategy and Growth*	6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit WS20/21) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Martin Friesl	

Inhalte:

This course deals with strategic questions of diversified conglomerates and particularly questions of growth. The course complements strategy courses that deal with competitive/ business level strategy. While ‘business level strategy’ is concerned with the sources of competitive advantage in a particular industry, corporate level strategy is concerned with the very scope of the firm:
Which businesses should be part of the group and in which countries and regions? How does the group manage the relationship between those businesses in order to achieve synergy? What is the role of corporate headquarters? How should the firm grow? What is the role of M&A and strategic alliances? The module prepares students for careers in large, global companies as well as for jobs in strategy consulting and international professional service firms.
In addition to traditional lectures the module with also draw on case studies.

- Theory of the firm: Why do corporations exist?
- Related and unrelated forms of diversification
- Location specific and firm specific advantages
- Portfolio decisions and dominant logic
- Headquarter-subsidiary relationships
- Structural ambidexterity
- Mergers, Acquisitions and Strategic Alliances
- Managing Synergy
- The role of the corporate centre

Lernziele/Kompetenzen:

- Students are able to understand business vs. corporate level strategic issues
- Understanding of organic and non-organic growth options
- Understand the role of the corporate centre on value creation
- Are able to critically apply theories and frameworks to real situations

Sonstige Informationen:

http://www.uni-bamberg.de/bwl-orga

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:

keine

Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Corporate Strategy and Growth **Lehrformen:** Vorlesung **Sprache:** Englisch	**2,00 SWS**

Angebotshäufigkeit: WS, jährlich

Literatur:

- Birkinshaw and Hood (1998) Multinational Subsidiary Evolution: Capability and Charter Change in Foreign-Owned Subsidiary Companies. Academy of Management Review, 23 (4), 773-795
- Campbell, A., Whitehead, J., Alexander, M., Goold, M. (2014). Strategy for the Corporate Level. Jossey-Bass.
- Chandler, A. D. (1969) Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise. The MIT Press
- Collis et al. (2007) The size, structure and performance of corporate headquarters. Strategic Management Journal, 28, 383-405.
- Friesl, M. and Silberzahn, R. (2017) Managerial coordination challenges in the alignment of capabilities and new subsidiary charters in MNES. Organization Studies, 38, 1709-1731.
- Friesl, M., Garreau, L. and Heracleous, L. (2019) When the parent imitates the child: Strategic renewal through separation and reintegration of subsidiaries. Strategic Organization, 17 (1), 62-94.
- Grant, R. (2016) Contemporary Strategy Analysis. Wiley
- Grant (2010) Corporate Strategy: Managing Scope and Strategy Content. In: Pettigrew / Thomas / Whittington (eds.) Handbook of Strategy & Management. Sage. p. 72-97
- Johnson, Whittington, Scholes, Angwin, Regner (2017) Exploring Strategy. Text and Cases. Pearson
- King, D., Bauer, F., Schriber, S. (2019) Mergers and Acquisitions. Routledge.
- O'Reilly III, C. A. / Tushman, M. L. (2013) Organizational Ambidexterity: Past, Present, Future. The Academy of Management Perspectives, 27 (4), 324-338

Prüfung

schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten

Beschreibung:

Die schriftliche Prüfung wird in englischer Sprache gestellt. Die Beantwortung der Fragen ist nur in englischer Sprache zulässig.

Modul Org-M-06 Strategic Renewal and Organizational Transformation *Strategic Renewal and Organizational Transformation*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium

(seit SS21)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Martin Friesl

Inhalte:
This course deals with the challenge of strategic renewal and organizational transformation. We will discuss the challenges behind radical transformation, the triggers as well as the underlying mechanisms and actors. This is a highly interactive course.
Rather than on traditional lectures, this course is entirely based on cases as well as role-plays as main pedagogical tools.
The objective of the course is to give you the opportunity to ‘experience’ the complexity of strategy making in a university setting. The course will discuss the following key areas:

- Why do firms only change when it is almost too late? (Logical incrementalism and strategic drift)
- How do new strategies come about? (Planned vs. emergent and induced vs. autonomous forms of strategy making
- Why do firms find it hard to change? (Path dependency, rigidity and inertia)
- How do firms react to external change? (Managerial cognition)
- What are the types and mechanism of strategic renewal (punctuated equilibrium theories, theories of becoming)
- How does strategic renewal unfold under distress? (Organizational decline, failure and turnaround)
- How is strategic renewal influenced by the organizational context? (Governance, information disclosure and strategic communication)

Lernziele/Kompetenzen:

- This course aims to develop the capability of students as future managers
- Students learn how manoeuvre complex questions in a practical context
- Students learn how to work in teams and deal with incomplete information
- Students learn how to apply theory to real contexts
- Students understand approaches to strategic transformation

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/bwl-orga

Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfallseine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: Keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:**

		1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Strategic Renewal and Organizational Transformation **Lehrformen:** Seminaristischer Unterricht **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**3,00 SWS**
Literatur: • Agarwal, R. and C. E. Helfat (2009). "Strategic Renewal of Organizations." Organization Science 20(2): 281-293 • Baden-Fuller, C. and H. W. Volberda (1997). "Strategic Renewal - How large complex organizations prepare for the future." International Studies of Management & Organization 27(2): 95-120 • Burgelman, R. A. (2002). "Strategy as vector and the inertia of coevolutionary lock-in." Administrative Science Quarterly 47: 325-358 • Floyd, S. W. and P. J. Lane (2000). "Strategizing throughout the organization: Management role conflict in strategic renewal." Academy of Management Review 25(1): 154-177 • Friesl, M., Garreau, L. and Heracleous, L. (2019) When the parent imitates the child: Strategic renewal through separation and reintegration of subsidiaries. Strategic Organization, 17 (1), 62-94. • Johnson, Whittington, Scholes, Angwin, Regner (2017) Exploring Strategy. Text and Cases. Pearson • Staw, B. M., et al. (1981). "Threat-Rigidity Effects in Organizational Behavior: A Multilevel Analysis." Administrative Science Quarterly 26(4): 501-524. • Volberda, H. W., et al. (2001). "Mastering strategic renewal - Mobilising renewal journeys in multi-unit firms." Long Range Planning 34(2): 159-178	
Prüfung Referat mit schriftl. Hausarbeit **Beschreibung:** Referat (20 Minuten) mit schriftlicher Hausarbeit (2000 Wörter). Das Referat wird in der Gruppe gehalten. Weitere Informationen erhalten eingeschriebene Kursteilnehmer zu Beginn des Seminars, z.B. Bearbeitungszeit der Hausarbeit etc. Further information will be available to the enrolled course participants at the beginning of the seminar, e.g. the editing time of the written essay.	

Modul Org-M-07 Strategic Practice and Process *Strategic Practice and Process*	6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium

(seit SS25)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Martin Friesl
Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter

Inhalte:
This seminar focuses on the intersection of strategy and organization theory. More specifically, we will focus on a research field called “Strategy practice and process”. Currently one of the fastest growing research disciplines in strategy and organization research. Rather considering strategy as something organizations ‘have’, this literature focuses what people actually ‘do’ when they make strategy. This shift in perspective gives rise to vastly different research questions and results that are of high relevance for management practice. The seminar will focus on topics such as:

- The strategy process in organizations
- Open strategy
- The use strategy tools in practice
- The role of space and meetings in strategy formation
- Language, communication and metaphor
- Practices of sensemaking and sensegiving
- Issue selling

The list of topics will be communicated ahead of the seminar

Lernziele/Kompetenzen:
- Students engage in-depth with the literature on strategy practice and process
- Ability to engage with complex theoretical ideas
- Critically engage with different theoretical perspectives
- Ability to synthesize and present complex ideas

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/bwl-orga

The number of participants for this course is limited. If, due to capacity restrictions, a selection of students in courses with limited admission capacity becomes necessary, a decision on admission will be made after the registration period has expired. Please also note that registration for the course does not automatically lead to admission nor registration for the module examination.

Please note: Unfortunately this course has to be **cancelled in winter semester 2025/26**.

Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.

Bitte beachten: im **Wintersemester 2025/26 muss dieser Kurs leider entfallen**.

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse:		Besondere Bestehensvoraussetzungen:
Modul Org-M-05: Corporate Strategy and Growth		keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Strategic Practice and Process **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, SS **Inhalte:** Hinweis: Das Modul wird im Wintersemester **2025/26 nicht angeboten**. **Literatur:** This list provides an overview of key readings on Strategy practice and process. Suggested readings per topic will be communicated ahead of the seminar • Buergi, P., et al. (2005). "From metaphor to practice in the crafting of strategy." Journal of Management Inquiry 14(1): 78-94. • Dutton, J. E., et al. (1997). "Reading the wind: how middle managers assess the context for selling issues to top managers." Strategic Management Journal 18(5): 407-423. • Floyd, S. W., et al. (2011). "Processes and Practices of Strategizing and Organizing: Review, Development, and the Role of Bridging and Umbrella Constructs." Journal of Management Studies 48(5): 933-952 • Jarzabkowski, P., et al. (2007). "Strategizing: The challenges of a practice perspective." Human Relations 60: 5-27. • Kaplan, S. (2011). "Strategy and PowerPoint: An Inquiry into the Epistemic Culture and Machinery of Strategy Making." Organization Science 22(2): 320-346 • Rouleau, L. (2005). "Micro-Practices of Strategic Sensemaking and Sensegiving: How Middle Managers Interpret and Sell Change Every Day." Journal of Management Studies 42(7): 1413-1441. • Seidl, D. and S. Guerard (2015). Meetings and workshops in the practice of strategy. Cambridge Handbook of Strategy as Practice D. Golsorkhi, L. Rouleau, D. Seidl and E. Vaara. Cambridge, Cambridge University Press. • Vaara, E. and R. Whittington (2012). "Strategy-as-Practice: Taking Social Practices Seriously." The Academy of Management Annals: 1-52.	**2,00 SWS**
Prüfung Hausarbeit mit Referat **Beschreibung:** Essay, Presentation and Discussion. Further information will be available to the enrolled course participants at the beginning of the seminar.	

Modul PM-M-02 The Future of Work *The Future of Work*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen	
Inhalte: The future of work will be characterised by numerous changes related to e.g. globalisation, rapid technological advances, employees' kind and level of education, mobility willingness or demographic characteristics. These changes require manifold adaptations including the structure and content of work as well as competencies needed by employees and leaders. In order to make decisions regarding how to best manage human resources, the future challenges and underlying problems need to be defined, decision criteria important to solving the problems need to be identified and weighted, possible alternatives that could succeed in resolving the problems need to be generated and each alternative needs to be rated on each criterion in order to come to an optimal decision. To convince internal and external stakeholders about changes needed in human resource management, argumentation competencies are required.	
Lernziele/Kompetenzen: - Students can elucidate future challenges regarding the management of human resources, e.g. work organisation, career/development, leadership. - Students can determine the reasons leading to future changes of work such as globalisation, rapid technological advance, demographic factors, (im)mobility of the workforce, level of education. - Students can apply HR related concepts and theories to concrete HR challenges, develop decision-making criteria, evaluate pros and cons, come to a conclusion and generate solutions. - Students can determine opportunities of the new developments to increase effectiveness and efficiency of organisations (triple bottom line responsibility). - Students acquire competencies with respect to presentation, argumentation techniques and team work.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine - none	
Empfohlene Vorkenntnisse: Good command of written and oral English	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine - none

Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:** 2.	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
The Future of Work **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS** **5.0 ECTS**
Literatur: Lynn, T., Rosati, P., Conway, E., & Van der Werff, L. (2023). The future of work: Challenges and prospects for organisations, jobs and workers. Palgrave Macmillan.	

Prüfung Hausarbeit mit Referat **Beschreibung:** Referat: Dauer ca. 15 Minuten. Hausarbeit: empfohlener Umfang 10 Seiten, Bearbeitungsfrist 15 Wochen. Prüfungssprache: Englisch	

Lehrveranstaltungen	
The Future of Work **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**1,00 SWS** **1.0 ECTS**

Modul PM-M-03 International Dimensions of Human Resource Management *International Dimensions of Human Resource Management*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit WS24/25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen	

Inhalte:

The world of companies and organisations is today to a much lesser extent defined by national boundaries and, hence, human resource management (HRM) is for many not a “domestic” exercise anymore. This goes for Multi-National Corporations (MNCs) as well as Small and Medium-size Enterprises (SMEs) driven by international performance standards as well as market growth opportunities. Working on an international level implies that the assumption of a universality of HR policies, programmes and practices, and the belief in “one best way to manage” (best practice), becomes untenable. Research on MNCs suggests that their future competitive advantage may not reside in their strategy or structure, nor in their technologies or products, but in their organisational capabilities to cope with the multidimensional and complex demands of a global business. In this light, managers have to apply a much more varied and locally informed perspective on the human resources, in order to be economically and socially sustainable. Knowledge about global, regional and local phenomena becomes evident and reflections on if, and how, to adjust (creating a best fit), becomes an increasingly important part of managing human resources in an international context.

The course is covering the following aspects:

- Defining International Human Resource Management (IHRM): Peculiarities of IHRM, the organisational context in the path to global status
- Cross-cultural Human Resource Management: The impact of national culture on selected fields in HRM, models of intercultural competence
- Comparative Human Resource Management: National differences in selected fields of HRM (cultural vs. institutional explanation), their causes and impact, future development (convergence vs. divergence), implications for IHRM (universalist vs. contextualist paradigm)
- Human Resource Management in MNCs: Strategic IHRM (e.g. centralisation vs. localisation; transfer of HR instruments between headquarters and foreign subsidiaries), international resourcing strategies and expatriation, international training and development

Lernziele/Kompetenzen:

At the end of the semester students will be able to

- define and illustrate the key components of IHRM.
- analyse the impact of culture and the institutional context on IHRM and determine effects of convergence/divergence.
- explain the role national differences make in the practice of IHRM.
- describe and give examples of how effective IHRM policies and practices lead to international business success.
- apply principles and examples to self-chosen countries as well as real life case studies.

Sonstige Informationen:

http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:

keine - none

Empfohlene Vorkenntnisse: Good command of written and oral English		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine - none
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:** 1.	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
International Dimensions of Human Resource Management **Lehrformen:** Seminaristischer Unterricht **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**2,00 SWS** **5.0 ECTS**
Literatur: • Brewster, C., Houldsworth, E., Sparrow, P. R., Vernon, G. (2023). International Human Resource Management (5th. ed.). Cipd - Kogan Page. • Dowling, P. J., Festing, M., & Engle, A. (2023). International Human Resource Management (8th ed.). Cengage Learning EMEA. • Reiche, S. B., Tenzer, H. & Harzing, A. (2023). International Human Resource Management (6th ed.). SAGE Publications Ltd. • Vance, C., Paik, Y., Froese, F., & Andersen, T. (2024). Managing a global workforce (4th ed.). Routledge. Special literature regarding the different topics of the course.	
Prüfung Portfolio **Beschreibung:** Alternativ kann die Prüfung in Form einer Klausur abgenommen werden. Die konkrete Prüfungsform wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Gfg. werden Details des Portfolios (Bearbeitungsfrist und Umfang) zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten **Beschreibung:** Alternativ kann die Prüfung in Form eines Portfolios abgenommen werden. Die konkrete Prüfungsform wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Prüfungssprache: Englisch	

Lehrveranstaltungen	
International Dimensions of Human Resource Management **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**1,00 SWS** **1.0 ECTS**

Modul PM-M-04 Forschungsseminar Personalmanagement *Research Seminar Human Resource Management*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS23) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen	
Inhalte: Mit dem Forschungsseminar Personalmanagement sind zwei Ziele verbunden. Das erste Ziel ist, Kenntnisse der Forschungsmethodik zu vermitteln, um eine Forschungsstudie selbstständig konzipieren und durchführen zu können. Das zweite Ziel ist, dass die Forschungsmethodik auf ein übergeordnetes Forschungsthema angewendet wird, so dass zusätzlich fundierte Fachkenntnisse erworben werden. Thematisch wird der methodische Part des Seminars von folgenden Fragen geleitet: - Wie erfolgt die Themenfindung und Problemdefinition? - Was ist bei der Recherche und Auswertung von Literatur zu beachten? - Welche wissenschaftstheoretischen Positionen gibt es? - Welche Ansätze zur Theorieentwicklung lassen sich unterscheiden? - Welche methodischen Entscheidungen sind zu treffen? - Welche Forschungsstrategien sind für die Bearbeitung bestimmter Forschungsfragen im Personalmanagement angemessen? - Welche Zeithorizonte sind bei der Planung eines Forschungshorizonts für verschiedene Forschungsfragen sinnvoll? - Welche Techniken und Prozesse der Datenerhebung und -analyse sind für die gewählte Forschungsfrage sinnvoll? - Wie sind Literaturreviews, quantitative und qualitative Studien zu erstellen? - Wie ist ein Forschungsbericht bzw. wissenschaftlicher Bericht zu schreiben? Welche Aspekte gilt es bei wissenschaftlichen Präsentationen zu beachten?	
Lernziele/Kompetenzen: - Studierende kennen die Grundsystematik, Inhalte, Theorien und Konzepte eines ausgewählten, jährlich wechselnden Forschungsthemas und können diese auf ausgewählte Frage- und Problemstellungen anwenden. - Studierende können eine Forschungsfragestellung sowie entsprechende Forschungsziele bestimmen. - Studierende sind in der Lage, eine (systematische) Literaturauswertung und -darstellung sowie Theoriediskussion durchzuführen. - Studierende können Hypothesen bzw. Forschungsfragen formulieren und ableiten. - Studierende verbessern ihre methodischen Fertigkeiten hinsichtlich der Datenerhebung, -analyse und Ergebnisdarstellung sowie -diskussion. - Studierende können obige Punkte im Rahmen einer selbst angefertigten Seminararbeit sowie Präsentation anwenden.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: Good command of written and oral English	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:** 2.	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Forschungsseminar Personalmanagement **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Deutsch/Englisch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich **Literatur:** • Sedlmeier, P. & Renkewitz, F. (2018). Forschungsmethoden und Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler (Pearson Studium - Psychologie) (3., aktualisierte und erweiterte Auflage). Pearson Studium. • Je spezifische Literatur zum gewählten Seminarthema.	**2,00 SWS** **5.0 ECTS**
Prüfung Hausarbeit mit Referat **Beschreibung:** Referat: Dauer ca. 15 Minuten. Hausarbeit: empfohlener Umfang 10 Seiten, Bearbeitungsfrist 14 Wochen. Prüfungssprache: Deutsch oder Englisch.	

Lehrveranstaltungen	
Forschungsseminar Personalmanagement **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Deutsch/Englisch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**1,00 SWS** **1.0 ECTS**

Modul PM-M-06 Change Management *Change Management*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit WS24/25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen	
Inhalte: Change is the supposedly only constant in modern societies, and for this reason we have to take it seriously - both as individuals and as organisational citizens. This course introduces students to the basic principles of change management. It will be discussed how change is triggered by external as well as internal pressures, and connected to the structure, processes, and culture of organisations. Students will learn about phase models of planned change, their contributions and their inherent weaknesses, and about emergent and more recent perspectives on change. A large portion of the available time will be spent on people issues in change and how to deal with them. Students will get introduced to a suite of change management approaches and tools. The term ends by discussing how to make change stick and sustain the process in times of new technologies and interaction forms.	
Lernziele/Kompetenzen: At the end of the semester students will be able to - recognise, define, and discuss the terminology, concepts, principles, and theories taught in this organisational change course. - identify and apply appropriate terminology, concepts, principles, and theories from the course when analysing situations involving change. - develop reasonable solutions to change management problems using appropriate terminology, concepts, principles, and theories from the course. - evalute the quality of their proposed solutions to change management problems against appropriate criteria, including psychological and organisational constraints. - discuss the relevance and application of the concepts and theories used in change management to contemporary business. - identify and discuss the interrelationships among the needs of organisations and their members and other stakeholders in change.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine - none	
Empfohlene Vorkenntnisse: Good command of written and oral English	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine - none

Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:** 1.	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Change Management **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Englisch	**2,00 SWS** **5.0 ECTS**

Angebotshäufigkeit: WS, jährlich

Literatur:

- Badham, R. J. & Santiago, B. M. (2023). Ironies of Organizational Change: Introduction to Change Management and Organizational Theory. Edward Elgar Publishing.
- Burnes, B. (2018). Managing change (7th. ed.). Pearson.
- Doppler, K., & Lauterburg, C. (2019). Change Management – den Unternehmenswandel gestalten (14. Aufl.). Campus Verlag.
- Hayes, J. (2022). The theory and practice of change management (6th ed.). Palgrave Macmillan.
- Jabri, M., & Jabri, E. (2022). Managing organizational change. Bloomsbury Publishing.
- Lauer, T. (2019). Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren. Springer
- Phillips, J., & Klein, J. D. (2023). Change Management: From Theory to Practice. TechTrends, 67(1), 189–197.
- Spector, B. (2013). Implementing organizational change (3rd. ed.). Pearson.

Additional literature will be made available in the library.

Prüfung
schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten
Beschreibung:
Prüfungssprache: Englisch.

Alternativ kann die Prüfung in Form von Refrat mit Hausarbeit abgenommen werden. Die konkrete Prüfungsform wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Prüfung
Referat mit schriftl. Hausarbeit
Beschreibung:
Alternativ kann die Prüfung in Form einer Klausur abgenommen werden. Die konkrete Prüfungsform wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Gfg. werden Details von Referat mit Hausarbeit (Dauer, Bearbeitungsfrist und Umfang) zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Lehrveranstaltungen

Change Management **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**1,00 SWS** **1.0 ECTS**

Modul PM-M-08 Strategisches Personalmanagement *Strategic Human Resource Management*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium

(seit SS25)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen

Inhalte:
Um einen konkreten Wertbeitrag in der Gestaltung des Personalmanagements einer Organisation zu schaffen, ist ein Grundverständnis der gesamtbetriebswirtschaftlichen Zusammenhänge (Geschäftsmodell, Geschäftsprozesse) sowie deren zukünftiger Ausrichtung (Geschäftsstrategie) erforderlich. Personal ist dabei als eine wesentliche und für den Erfolg relevante Ressource zu verstehen. Eine aus der Geschäftsstrategie abgeleitete Personalstrategie gewinnt vor dem Hintergrund eines globalen Wettbewerbes und an Dynamik zunehmender Trendentwicklungen stark an Bedeutung. Die erfolgreiche Entwicklung und Umsetzung einer Personalstrategie hängt stark davon ab, inwieweit es Personalmanagerinnen und -managern gelingt, den Wertbeitrag des Personalmanagements durch Ziele und Erfolgsindikatoren möglichst bereits in der Geschäftsstrategie zu verankern und im Controlling zu konkretisieren.
Inhalte des Seminars sind:
- Geschäftsmodelle und Geschäftsstrategien als Grundlage, Personalstrategien wertbeitragend zu entwickeln.
- Konzeptioneller Rahmen zur Entwicklung und Gestaltung von Personalstrategien: Analyse interner und externer Einflussfaktoren, Ableitung von Handlungsfeldern/Initiativen, Definition von Zielen und Key Performance Indicators.
- Betrachtung strategischer Handlungsfelder und Teilstrategien: Vergütungsstrategien, Personalentwicklungs- und Talentstrategien, Branding-Strategien, Kommunikation und Change Management.
- Aufbau von strategieunterstützenden Personalkompetenzen und –organisationen.

Lernziele/Kompetenzen:
- Studierende verstehen unterschiedliche Geschäftsstrategien und sind in der Lage, diese entlang wesentlicher Strategiebausteine zu beschreiben.
- Studierende können die für das PM relevanten Aspekte aus unterschiedlichen Geschäftsmodellen ableiten und hinsichtlich eines erforderlichen Handlungsbedarfs analysieren.
- Studierende kennen und verstehen die grundsätzliche Vorgehensweise zur Entwicklung einer umfassenden Personalstrategie.
- Studierende sind darauf basierend in der Lage, strategische Handlungsfelder und Ziele abzuleiten sowie entsprechende Implikationen für das PM (Kompetenzen und Organisationsformen) zu erkennen und Lösungsvorschläge zu entwickeln.
- Studierende verstehen die Bedeutung der Messbarkeit von strategischen Personalinitiativen und sind in der Lage, entsprechende Messgrößen (bspw. KPIs) zu definieren.
- Studierende entwickeln Fähigkeiten zur strukturierten Erarbeitung von Konzepten/Strategien in Team- und Einzelarbeit.

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse:		Besondere Bestehensvoraussetzungen:
keine		keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:** 1.	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Strategisches Personalmanagement **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**2,00 SWS** **5.0 ECTS**
Literatur: • Armstrong, M., & Armstrong, M. (2024). Armstrong's handbook of strategic human resource management: Improve business performance through strategic people management (8th ed.). Kogan Page. • Gerlach, D. (2023). Praxishandbuch Strategisches Personalmanagement: Prozesse und Instrumente für eine zukunftsfähige Personalarbeit. Haufe. • Millmore, M., Lewis, P., Saunders, M., Thornhill, A., & Morrow, T. (2007). Strategic Human Resource Management. Prentice Hall. • Purcell, J., & Boxall, P. (2016). Strategy and Human Resource Management (4th ed.). Palgrave Macmillan. • Rees, G., & Smith. P. E. (2021). Strategic Human Resource Management: An International Perspective (3rd ed.). Sage.	
Prüfung Hausarbeit mit Referat **Beschreibung:** Hausarbeit (empfohlener Umfang 10 Seiten; Bearbeitungsfrist: 14 Wochen), Referat (ca. 15 Minuten)	

Lehrveranstaltungen	
Strategisches Personalmanagement **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**1,00 SWS** **1.0 ECTS**

Modul PM-M-10 Leadership and Management Development *Leadership and Management Development*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit WS24/25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen	

Inhalte:

Despite the abundance of writing on the topic, leadership has presented a major challenge to practitioners and researchers interested in understanding the nature of leadership. It is a highly valued phenomenon that is very complex. Leadership is understood as a process whereby an individual influences a group of individuals to achieve a common goal. Both leaders and followers are involved together in the leadership process – they are two sides of the same coin. Thus, leaders and followers must be understood in relation to each other and collectively.

Based on the research literature, this course provides an in-depth description and application of different approaches to leadership and management development. It will be assessed how these approaches they can be used to improve leadership in real situation. Moreover, in the course of New Work, the role of leadership and leaders is changing significantly and new ways of leading will be explored.

A. Leadership

- Leading and managing in organisations, leadership and management development
- Leadership traits and skills, including charismatic leadership
- Perspectives on effective leadership behaviour, including transactional and transformational leadership
- Contingency theories of effective leadership
- Perspectives on interactions, including Leader-Member Exchange
- Power and influence
- Authentic Leadership and romance of leadership
- Leading teams

B. Leveloping leaders and leadership skills

- A systems perspective on leadership development
- Strategy and leadership and management development: Definition, characteristics and goals of corporate universities
- Role and functioning of corporate universities for leadership and management development
- Criteria for and methods of effective leader development programmes, including coaching and mentoring
- Leadership and management development and social capital
- Development of leaders and managers in small and medium-sized enterprises

Lernziele/Kompetenzen:

- Students can explain and critically analyse the concepts of leadership and management and their application in an organisational, social, environmental and multicultural context.
- Students are able to explain the methods, results, shortcomings, and contributions of the trait, behaviour, contingency, and interactionist approaches to leadership and to present their principles.
- Students are able to discuss the most significant theories of leadership and their implications for current theory and practice of leadership.
- Students can critically analyse and evaluate approaches to the formulation and implementation of leadership and management development strategies to meet current and future organisational needs.
- Students are able to describe and critically analyse and interpret different models of corporate universities and to evaluate the role of corporate universities for leadership and management development.

- Students are able to understand, explain, analyse and evaluate the role/importance of social capital development in leadership and management development.
- Students are able to design, critically evaluate and advise on a range of leadership and management development interventions to implement leadership and management development strategies and plans.

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine - none

Empfohlene Vorkenntnisse:		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
Good command of written and oral English		keine - none
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:** 1.	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen

Leadership and Management Development — **2,00 SWS** / **5.0 ECTS**
Lehrformen: Seminaristischer Unterricht
Sprache: Englisch
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich

Literatur:

- Charan, R., Drotter, S., & Noel, J. (2011). The Leadership Pipeline: How to Build the Leadership Powered Company. Jossey-Bass.
- Beer, M., Finnstro#m, M., & Schrader, D. (2016). Why leadership training fails – and what to do about it. Harvard Business Review, 94(10), 50–57.
- Borgmann, L., Rowold, J., & Bormann, K. C. (2016). Integrating leadership research: A meta- analytical test of Yukl's meta-categories of leadership. Personnel Review, 45(6), 1340-1366.
- Nahavandi, A. (2024). The art and science of leadership (8th. ed.). Pearson.
- Northouse, P. (2021). Leadership: Theory and practice (9th. ed.). SAGE Publications.
- Rees, G., & French, R. (2016). Leading, managing and developing people (5th ed.). CIPD.
- Yukl, G. A., & Gardner, W. L. (2019). Leadership in organizations (9th. ed.). Pearson.

Students will be provided with further literature on specific aspects.

Prüfung
Portfolio
Beschreibung:
Empfohlener Umfang des Portfolios: 10 Seiten; Bearbeitungsfrist: 15 Wochen.

Prüfungssprache: Englisch

Alternativ kann die Prüfung in Form von Referat mit Hausarbeit abgenommen werden. Die konkrete Prüfungsform wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Prüfung

Referat mit schriftl. Hausarbeit **Beschreibung:** Bearbeitungsfrist: 15 Wochen. Prüfungssprache: Englisch Alternativ kann die Prüfung in Form eines Portfolios abgenommen werden. Die konkrete Prüfungsform wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.	

Lehrveranstaltungen	
Leadership and Management Development **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**1,00 SWS** **1.0 ECTS**

Modul PM-M-11a European Human Resource Management Programme A *European Human Resource Management Programme A*	18 ECTS / 540 h 150 h Präsenzzeit 390 h Selbststudium
(seit WS24/25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen	

Inhalte:

- Context and Strategy of human resource management (HRM): Competitive environments: political, economic, socio-cultural, technological contexts; the challenges of globalisation; strategic international HRM (SIHRM): configurations of multi-national corporations (MNCs); (national) culture and diversity.
- HRM Policies and Practices within MNCs in Europe: International management development; expatriation and international mobility; international compensation and benefits; performance management in Europe; HRM in cross-border mergers & acquisitions; IHRM information systems; review of main theories of cross-cultural management; cross-cultural team building; creative production of cross-cultural experiences.
- European Business Systems and the Institutional Dimension: HR specificities in Eastern European countries; national business systems within the EU; the institutional framework for EU social policy; European employment legislation; roles of the social partners within the European Union; European social policy and HRM; the changing European work force: implications of European enlargement for HRM; developments and future trends (e.g. the world of work in the XXIst century); familiarisation with EU institutions through visits, meetings and discussions on location in Brussels; the industrial relations context; European convergence and divergence.
- Cross-Cultural Team Work in major Multinational Companies: Preparation for team-work and interaction with company leadership; debriefing with company leadership and international faculty.
- Preparation for project work: Consultancy skills; research methodologies for international HRM; project planning; training to improve performance, leadership and motivation competences; reflexivity.

Lernziele/Kompetenzen:

- Students understand issues and practices pertaining to the major HRM functions within the context of a multinational environment and appreciate how and why International HRM has become so critical to competitiveness and to our society's well-being.
- Students know the core theories within European/International HRM and can critically reflect them.
- Students acquire specific action-oriented competencies with which they can apply the general knowledge in IHRM to specific tasks in an organisation.
- Students recognise and value cultural differences and develop greater sensitivity and confidence in their own capacity to effectively impact the HRM process when working across cultures.
- Students experience cross-cultural team work (some of which takes place in another country), develop their cross-cultural awareness and improve their negotiation skills.
- Students foment a global mindset by actively experiencing, verbalizing, and writing thoughtfully about different cultures and human resource issues impacting diverse environments while maintaining a linkage for mutual benefit.
- Students take ownership of their own career and its development.
- Students optimise their international project management and presentation skills.

Sonstige Informationen:

http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal

Das Modul wird ergänzt durch die Module PM-M-11b European Human Resource Management Programme B und PM-M-11c European Human Resource Management Programme C.

Die Anzahl der Teilnehmenden ist beschränkt, so dass es einer vorherigen Bewerbung am Lehrstuhl bedarf. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.

Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.

Näheres zum Bewerbungsverfahren s.u. www.ehrm-programme.com

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine - none

Empfohlene Vorkenntnisse:	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
Excellent command of written and oral English.	keine - none

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:**
	2.	1 Semester

Lehrveranstaltungen

European Human Resource Management Programme A — **9,00 SWS**

Lehrformen: Seminaristischer Unterricht
Sprache: Englisch
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich

Literatur:

- Brewster, C., Houldsworth, E., Sparrow, P. R. & Vernon, G. (2023). International Human Resource Management (5th. ed.). Cipd - Kogan Page.
- Dowling, P. J., Festing, M., & Engle, A. (2023). International Human Resource Management (8th. ed.).Cengage Learning EMEA.
- Reiche, S. B., Tenzer, H. & Harzing, A. (2023). International Human Resource Management (6th ed.). SAGE Publications Ltd.
- Vance, C., Paik, Y., Froese, F., & Andersen, T. (2024). Managing a global workforce (4th ed.). Routledge.

Special literature for projects on European HRM.

Prüfung
Hausarbeit mit Referat
Beschreibung:
Referat: Dauer ca. 65 Minuten.

Hausarbeit: Bearbeitungsfrist 14 Wochen.

Prüfungssprache: Englisch.

Modul PM-M-11b European Human Resource Management Programme B *European Human Resource Management Programme B*	6 ECTS / 180 h 50 h Präsenzzeit 130 h Selbststudium
(seit WS24/25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen	

Inhalte:

- Context and Strategy of human resource management (HRM): Competitive environments: political, economic, socio-cultural, technological contexts; the challenges of globalisation; strategic international HRM (SIHRM): configurations of multi-national corporations (MNCs); (national) culture and diversity.
- HRM Policies and Practices within MNCs in Europe: International management development; expatriation and international mobility; international compensation and benefits; performance management in Europe; HRM in cross-border mergers & acquisitions; IHRM information systems; review of main theories of cross-cultural management; cross-cultural team building; creative production of cross-cultural experiences.
- European Business Systems and the Institutional Dimension: HR specificities in Eastern European countries; national business systems within the EU; the institutional framework for EU social policy; European employment legislation; roles of the social partners within the European Union; European social policy and HRM; the changing European work force: implications of European enlargement for HRM; developments and future trends (e.g. the world of work in the XXIst century); familiarisation with EU institutions through visits, meetings and discussions on location in Brussels; the industrial relations context; European convergence and divergence.
- Cross-Cultural Team Work in major Multinational Companies: Preparation for team-work and interaction with company leadership; debriefing with company leadership and international faculty.
- Preparation for project work: Consultancy skills; research methodologies for international HRM; project planning; training to improve performance, leadership and motivation competences; reflexivity.

Lernziele/Kompetenzen:

- Students understand issues and practices pertaining to the major HRM functions within the context of a multinational environment and appreciate how and why International HRM has become so critical to competitiveness and to our society's well-being.
- Students know the core theories within European/International HRM and can critically reflect them.
- Students acquire specific action-oriented competencies with which they can apply the general knowledge in IHRM to specific tasks in an organisation.
- Students recognise and value cultural differences and develop greater sensitivity and confidence in their own capacity to effectively impact the HRM process when working across cultures.
- Students experience cross-cultural team work (some of which takes place in another country), develop their cross-cultural awareness and improve their negotiation skills.
- Students foment a global mindset by actively experiencing, verbalizing, and writing thoughtfully about different cultures and human resource issues impacting diverse environments while maintaining a linkage for mutual benefit.
- Students take ownership of their own career and its development.
- Students optimise their international project management and presentation skills.

Sonstige Informationen:

http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal

Das Modul wird ergänzt durch die Module PM-M-11a European Human Resource Management Programme A und PM-M-11c European Human Resource Management Programme C.

Die Anzahl der Teilnehmenden ist beschränkt, so dass es einer vorherigen Bewerbung am Lehrstuhl bedarf. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.

Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.

Näheres zum Bewerbungsverfahren s.u. www.ehrm-programme.com

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine - none

Empfohlene Vorkenntnisse:	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
Excellent command of written and oral English.	keine - none

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:**
	2.	1 Semester

Lehrveranstaltungen

European Human Resource Management Programme B — **3,00 SWS**

Lehrformen: Seminaristischer Unterricht
Sprache: Englisch
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich

Literatur:

- Brewster, C., Houldsworth, E., Sparrow, P. R. & Vernon, G. (2023). International Human Resource Management (5th. ed.). Cipd - Kogan Page.
- Dowling, P. J., Festing, M., & Engle, A. (2023). International Human Resource Management (8th. ed.).Cengage Learning EMEA.
- Reiche, S. B., Tenzer, H. & Harzing, A. (2023). International Human Resource Management (6th ed.). SAGE Publications Ltd.
- Vance, C., Paik, Y., Froese, F., & Andersen, T. (2024). Managing a global workforce (4th ed.). Routledge.

Special literature for projects on European HRM.

Prüfung
Hausarbeit mit Referat
Beschreibung:
Referat: Dauer ca. 65 Minuten.
Hausarbeit: Bearbeitungsfrist 14 Wochen.
Prüfungssprache: Englisch.

Modul PM-M-11c European Human Resource Management Programme C *European Human Resource Management Programme C*	6 ECTS / 180 h 50 h Präsenzzeit 130 h Selbststudium
(seit WS24/25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen	

Inhalte:

- Context and Strategy of human resource management (HRM): Competitive environments: political, economic, socio-cultural, technological contexts; the challenges of globalisation; strategic international HRM (SIHRM): configurations of multi-national corporations (MNCs); (national) culture and diversity.
- HRM Policies and Practices within MNCs in Europe: International management development; expatriation and international mobility; international compensation and benefits; performance management in Europe; HRM in cross-border mergers & acquisitions; IHRM information systems; review of main theories of cross-cultural management; cross-cultural team building; creative production of cross-cultural experiences.
- European Business Systems and the Institutional Dimension: HR specificities in Eastern European countries; national business systems within the EU; the institutional framework for EU social policy; European employment legislation; roles of the social partners within the European Union; European social policy and HRM; the changing European work force: implications of European enlargement for HRM; developments and future trends (e.g. the world of work in the XXIst century); familiarisation with EU institutions through visits, meetings and discussions on location in Brussels; the industrial relations context; European convergence and divergence.
- Cross-Cultural Team Work in major Multinational Companies: Preparation for team-work and interaction with company leadership; debriefing with company leadership and international faculty.
- Preparation for project work: Consultancy skills; research methodologies for international HRM; project planning; training to improve performance, leadership and motivation competences; reflexivity.

Lernziele/Kompetenzen:

- Students understand issues and practices pertaining to the major HRM functions within the context of a multinational environment and appreciate how and why International HRM has become so critical to competitiveness and to our society's well-being.
- Students know the core theories within European/International HRM and can critically reflect them.
- Students acquire specific action-oriented competencies with which they can apply the general knowledge in IHRM to specific tasks in an organisation.
- Students recognise and value cultural differences and develop greater sensitivity and confidence in their own capacity to effectively impact the HRM process when working across cultures.
- Students experience cross-cultural team work (some of which takes place in another country), develop their cross-cultural awareness and improve their negotiation skills.
- Students foment a global mindset by actively experiencing, verbalizing, and writing thoughtfully about different cultures and human resource issues impacting diverse environments while maintaining a linkage for mutual benefit.
- Students take ownership of their own career and its development.
- Students optimise their international project management and presentation skills.

Sonstige Informationen:

http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal

Das Modul wird ergänzt durch die Module PM-M-11a European Human Resource Management Programme A und PM-M-11b European Human Resource Management Programme B.

Die Anzahl der Teilnehmenden ist beschränkt, so dass es einer vorherigen Bewerbung am Lehrstuhl bedarf. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.

Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.

Näheres zum Bewerbungsverfahren s.u. www.ehrm-programme.com

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine - none

Empfohlene Vorkenntnisse:	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
Excellent command of written and oral English.	keine - none

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:**
	2.	1 Semester

Lehrveranstaltungen

European Human Resource Management Programme C — **3,00 SWS**

Lehrformen: Seminaristischer Unterricht
Sprache: Englisch
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich

Literatur:

- Brewster, C., Houldsworth, E., Sparrow, P. R. & Vernon, G. (2023). International Human Resource Management (5th. ed.). Cipd - Kogan Page.
- Dowling, P. J., Festing, M., & Engle, A. (2023). International Human Resource Management (8th. ed.).Cengage Learning EMEA.
- Reiche, S. B., Tenzer, H. & Harzing, A. (2023). International Human Resource Management (6th ed.). SAGE Publications Ltd.
- Vance, C., Paik, Y., Froese, F., & Andersen, T. (2024). Managing a global workforce (4th ed.). Routledge.

Special literature for projects on European HRM.

Prüfung
Hausarbeit mit Referat
Beschreibung:
Referat: Dauer ca. 65 Minuten.
Hausarbeit: Bearbeitungsfrist 14 Wochen.
Prüfungssprache: Englisch.

Modul PuL-M-05 Supply Chain Simulation *Supply Chain Simulation*	6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit SS24) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Eric Sucky Weitere Verantwortliche: Christian Straubert, M. Sc.	
Inhalte: 1. Einführung – Was ist Simulation? 2. Modellierung, Simulation und Analyse mit AnyLogic	
Lernziele/Kompetenzen: Die Veranstaltung bietet eine Einführung in das zum Modellieren und Simulieren von logistischen Prozessen gängige Programm „AnyLogic“. Nach dem erfolgreichen Besuch der Veranstaltung sind Studierende in der Lage, selbstständig einen beschriebenen Prozess in ein Simulationsmodell mithilfe von „AnyLogic“ umzusetzen und diesen anschließend mithilfe verschiedener Auswertungsmethoden von „AnyLogic“ zu analysieren. Es handelt sich um eine interaktive Veranstaltung, bei der nahezu ausschließlich an PC live gearbeitet wird. Gemäß dem Motto: „It’s like using an automobile. You don’t have to be a mechanic, but you do have to know how to drive.” (David Simchi-Levi) werden Studierende in die Lage versetzt, praxisrelevante Logistikprozesse unter Einsatz einer geeigneten Software-Applikation zu modellieren, zu simulieren und zu analysieren.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/pul/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: keine	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine

Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Supply Chain Simulation **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**3,00 SWS**
Prüfung Referat mit schriftl. Hausarbeit **Beschreibung:**	

Dauer des Referats: ca. 10 Minuten. Die Bearbeitungsfrist der Hausarbeit wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.	

Modul PuL-M-06 Seminar Supply Chain Management II *Seminar Supply Chain Management II*	6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit SS25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Eric Sucky	
Lernziele/Kompetenzen: Das Seminar „Aktuelle Problemstellungen des Supply Chain Managements II“ wurde speziell für besonders motivierte Studierende konzipiert, die sich im Masterstudium befinden und das Ziel verfolgen, sich mit aktuellen Fragestellungen des Managements von Wertschöpfungsnetzwerken auseinanderzusetzen. Im Rahmen des Seminars werden die Studierenden ihr Fachwissen zu ausgewählten aktuellen Fragestellungen wie beispielsweise der Nachhaltigkeit oder der Digitalisierung in Supply Chains vertiefen. Ziel ist zudem, die Fähigkeiten zur Analyse, zur kritischen Reflexion und zur Weiterentwicklung von Konzepten und Modellen zu schulen. Die Auswahl der Konzepte und Modelle richtet sich dabei insbesondere nach deren Innovationspotenzial und Praxisrelevanz. Die Prüfungsleistung der Hausarbeit dient zur Einübung von Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens in Vorbereitung auf die Masterarbeit.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/pul/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung. Hinweis: Das Modul wird im Wintersemester **2025/26 nicht mehr angeboten**. Neu angeboten wird dann das Modul PuL-M-18: Nachhaltige Wertschöpfungssysteme.	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: Der vorherige Besuch mindestens einer Master-Grundlagenveranstaltung wird dringend empfohlen.	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich **Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Seminar Supply Chain Management II **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS**
Inhalte: Hinweis: Das Modul wird im Wintersemester **2025/26 nicht mehr angeboten**. Neu angeboten wird dann das Modul PuL-M-18: Nachhaltige Wertschöpfungssysteme.	
Prüfung	

Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 60 Minuten **Beschreibung:** Die Bearbeitungsfrist der Hausarbeit beträgt 10-12 Wochen. Die genaue Dauer wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.	

Modul PuL-M-12 Efficient Consumer Response	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium

(seit SS24)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Eric Sucky
Weitere Verantwortliche: Prof. Dr. Björn Ivens, Prof. Dr. Alexander Pflaum

Inhalte:
Zu Beginn der 1990er Jahre entstanden in den Distributionsnetzwerken von Herstellern und Händlern der Konsumgüterindustrie verschiedene, kooperative Ansätze, welche heute unter dem Überbegriff Efficient Consumer Response zusammengefasst werden können. Wie dieser Begriff schon suggeriert liegt der Fokus einerseits auf den Verbrauchern (Consumer), deren Bedürfnisse es zu befriedigen gilt, und andererseits auf der wirtschaftlich effizienten Reaktion (Efficient Response) auf deren Nachfrage durch die Kooperationspartner, die prozessorientiert das gesamte Distributionsnetzwerk gemeinsam verbessern:

- Consumer: Konsumentenorientierung,
- Efficient Response: Wertschöpfungsstufen-übergreifende Prozessorientierung.

ECR lässt sich als „effiziente Reaktion auf die Kundennachfrage“ übersetzen. Im Vordergrund stehen die Kundenorientierung und eine ganzheitliche Betrachtung von der Herstellung eines Produktes bis zur Auslieferung zum Kunden. ECR verfolgt das Ziel, Waren- und Informationsflüsse im gesamten Distributionssystem durch eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Handel zu optimieren.
Das Efficient Consumer Response-Konzept setzt sich einerseits aus marketing- und logistikbezogenen Komponenten bzw. Kooperationsfelder zusammen. Für das Konzept werden die Demand Side (Kooperationsfeld Marketing) und die Supply Side (Kooperationsfeld Logistik) als tragende Säulen betrachtet. Übergreifend wird auch von Supply Chain Management (Supply Side) und Category Management (Demand Side) gesprochen. Efficient Consumer Response zielt somit einerseits auf die Verbesserung der Supply Chain, insbesondere auf eine Kostenreduktion durch effiziente Prozesse. Entsprechende Maßnahmen und Empfehlungen betreffen die Supply Side. Andere Maßnahmen und Empfehlungen betreffen die Kundenwünsche sowie deren Erfüllung durch das entsprechende Produktangebot (Sortiment), d. h. diese Maßnahmen zielen auf eine Steigerung der Umsätze durch mehr Abverkauf ab. Unterstützt werden die Säulen der Demand und der Supply Side andererseits von Informations- und Kommunikationstechnologien (Enabling Technologies) zur Erfassung, Verarbeitung und Übermittlung von Daten der Lieferung und der Nachfrage an alle Supply Chain-Akteure. Basis hierfür bilden eine artikelgenaue Erfassung der Verkäufe, ein durchgängiger Informationsfluss vom Point of Sale (POS) zu den vorgelagerten Supply Chain-Stufen auf der Grundlage standardisierter, genormter Daten.

1. Efficient Consumer Response (ECR) – Eine Einführung
2. Hersteller-Handels-Beziehungen: Strategische Bedeutung, Ziele der beteiligten Parteien und Konfliktfelder
3. Kernthemen der ECR-Kooperation aus Vertriebs- und Marketing-Perspektive
4. Kernthemen der ECR-Kooperation aus Logistik-Perspektive
5. Strategien des Bestandsmanagements: Vendor Managed Inventory
6. Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR): Strategie gegen den Bullwhip-Effekt
7. Transparenz des Warenflusses durch Identifikationstechnologien: Von Barcode, Electronic Product Code EPC und Internet of Things
8. Verfügbarkeit von Informationen in der Kette: EDI und Internet als Enabler
9. Big Data Analytics als Basis für die Analyse und Prognose von Kundenbedarfen

Lernziele/Kompetenzen:
Die Ziele dieser Veranstaltung umfassen die Vermittlung:
- grundlegender Kenntnisse zum Konzept des Efficient Consumer Response (ECR),
- eines Verständnisses von den Zielen und Rollen, welche die beteiligten Parteien in ECR-Partnerschaften verfolgen bzw. einnehmen,
- von Kenntnissen über Aufgabenfelder des ECR,
- von Kenntnissen zu technolgischen Enablern des ECR-Konzepts.

Sonstige Informationen:
https://www.uni-bamberg.de/pul/
https://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/
https://www.uni-bamberg.de/bwl-scm/

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse:		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
keine		keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen

Efficient Consumer Response — **3,00 SWS**
Lehrformen: Seminaristischer Unterricht
Sprache: Deutsch
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich

Literatur:
Lammers, L. M. (2012): Efficient Consumer Response, Strategische Bedeutung und organisatorische Implikationen absatzorientierter ECR-Kooperationen, Wiesbaden.
Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S. (2012): Der Handel, Grundlagen – Management – Strategien, 2. Aufl., Stuttgart.
Seifert, D. (2002): Collaborative Planning Forecasting and Replenishment, Supply Chain Management der nächsten Generation, Bonn.
Tripp, Ch. (2019): Distributions- und Handelslogistik, Netzwerke und Strategien der Omnichannel-Distribution im Handel, Wiesbaden.
Sucky, E. (2022): Supply Chain Management, Stuttgart.

Prüfung
schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten

Modul PuL-M-13 Wissenschaftliche Methoden *Scientific Research Methods*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium

(seit WS24/25)
Modulverantwortliche/r: Dr. Björn Asdecker

Inhalte:
Wissenschaftliche fundierte Forschung ist ein Prozess, der das Ziel verfolgt, durch die Anwendung rigoroser Methoden gesicherte Erkenntnisse zu gewinnen. Hierbei ist zwischen dem deduktiven und induktiven Forschungsdesign zu unterschieden. In Abhängigkeit vom gewählten Forschungsdesign eignen sich einzelne qualitative und quantitative Datenerhebungs- und Datenanalysemethoden, von denen einige im Rahmen dieser Veranstaltung vorgestellt werden. Folglich werden in der Veranstaltung ausgewählte Methoden eingeführt:

- (Systematische) Literaturanalyse
- Der Methodenkatalog der Grounded Theory
- Qualitative Interviews
- Fragebogenerhebungen
- Strukturgleichungsmodelle
- ggf. weitere.

Lernziele/Kompetenzen:
Ziel der Veranstaltung ist die Vermittlung von Forschungskompetenz, die Studierende später im Rahmen der Masterarbeit oder aber einer Karriere in der Wissenschaft einsetzen können. Studierende, die diese Veranstaltung besuchen, erhalten einen Überblick zu den im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften relevantesten Elementen des vorhandenen Methodenkanons, den Vor- und Nachteilen einzelner methodischer Ansätze, potenziellen Störeinflüssen (Biases) und Gegenmaßnahmen zur Minimierung verzerrender Effekte und zur Verbesserung der Generalisierbarkeit. Darüber hinaus werden häufig eingesetzte Softwaretools zur Unterstützung der Forschungsaktivitäten vorgestellt.

Sonstige Informationen:
www.uni-bamberg.de/pul

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen

Wissenschaftliche Methoden **Lehrformen:** Seminaristischer Unterricht **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**2,00 SWS** **4.0 ECTS**
Literatur:	

• Denyer, D./Tranfield, D. (2009): „Producing a Systematic Review", in: Buchanan, D./Bryman, A. (Hrsg.): The Sage Handbook of Organizational Research Methods, Sage Publications, S. 671–689. • Charmaz, K. (2014): „Constructing Grounded Theory", 2. Auflage, Sage Publications. • Patton, M.Q. (2014): „Qualitative Research & Evaluation Methods – Integrating Theory and Practice", 4: Auflage, Sage Publications. • Hair, J.F./Hult, G.T.M./Ringle, C.M./Sarstedt, M. (2017): „A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)", 2. Auflage, Sage Publications.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	

Lehrveranstaltungen	
Wissenschaftliche Methoden **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**1,00 SWS** **2.0 ECTS**

Modul PuL-M-14 Methoden I: Literaturbasierte Forschung *Methods I: Literature-based Research*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS25) Modulverantwortliche/r: Dr. Björn Asdecker	
Lernziele/Kompetenzen: Das Seminar verfolgt das Ziel, das wissenschaftliche Arbeiten auf einem hohen Niveau zu trainieren. Es soll die bestmögliche Vorbereitung auf das Schreiben der Masterarbeit erfolgen. Im Rahmen des Seminars wird ein vorgegebenes Thema in einer Kleingruppe (2–3 Personen) bearbeitet. Es erfolgt eine intensive Abstimmung mit dem Dozenten, der den Entstehungsprozess begleitet. Hierbei wird in der Regel literaturbasiert gearbeitet. Diese Veranstaltung ist Teil der zusammenhängenden Seminare PuL-M-14, PuL-M-15 und PuL-M-16. Ein Besuch dieser Veranstaltungen bereitet bestmöglich auf das Verfassen der Masterarbeit am Lehrstuhl Produktion und Logistik vor.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/pul/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: Der vorherige Besuch mindestens einer Master-Grundlagenveranstaltung des Lehrstuhls ist erforderlich.	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich | **Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Methoden I: Literaturbasierte Forschung **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**3,00 SWS**
Prüfung Sonstiges **Beschreibung:** Referat mit Hausarbeit oder Referat mit Portfolio oder Hausarbeit oder Portfolio. Die Prüfungsform des jeweiligen Semesters sowie die Bearbeitungsfrist werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Bei Referaten beträgt die Prüfungsdauer ca. 30 Minuten.	

Modul PuL-M-15 Methoden II: Empirische Forschung *Methods II: Empirical Research*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS25) Modulverantwortliche/r: Vanessa Felch	
Lernziele/Kompetenzen: Das Seminar verfolgt das Ziel, das wissenschaftliche Arbeiten auf einem sehr hohen Niveau zu trainieren. Es soll die bestmögliche Vorbereitung auf das Schreiben der Masterarbeit erfolgen. Im Rahmen des Seminars wird ein vorgegebenes Thema in einer Kleingruppe (2–3 Personen) bearbeitet. Es erfolgt eine intensive Abstimmung mit dem Dozenten, der den Entstehungsprozess begleitet. Hierbei werden quantitative oder qualitative Untersuchungen durchgeführt. Diese Veranstaltung ist Teil der zusammenhängenden Seminare PuL-M-14, PuL-M-15 und PuL-M-16. Ein Besuch dieser Veranstaltungen bereitet bestmöglich auf das Verfassen der Masterarbeit am Lehrstuhl Produktion und Logistik vor.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/pul/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: Der vorherige Besuch mindestens einer Master-Grundlagenveranstaltung des Lehrstuhls ist erforderlich.	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich **Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Methoden II: Empirische Forschung **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**3,00 SWS**
Prüfung Sonstiges **Beschreibung:** Referat mit Hausarbeit oder Referat mit Portfolio oder Hausarbeit oder Portfolio. Die Prüfungsform des jeweiligen Semesters sowie die Bearbeitungsfrist werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Bei Referaten beträgt die Prüfungsdauer ca. 30 Minuten.	

Modul PuL-M-16 Publishing in Academic Outlets	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS25) Modulverantwortliche/r: Dr. Björn Asdecker Weitere Verantwortliche: Vanessa Felch	
Lernziele/Kompetenzen: Das Seminar verfolgt das Ziel, das wissenschaftliche Arbeiten auf einem sehr hohen Niveau zu trainieren. Es soll die bestmögliche Vorbereitung auf das Schreiben der Masterarbeit erfolgen. Im Rahmen des Seminars werden in Kleingruppen (2–3 Personen) die erforderlichen Schritte zur Erstellung einer wissenschaftlichen Publikation durchlaufen. Es erfolgt eine intensive Abstimmung mit den Dozenten, die den Entstehungsprozess begleiten. Diese Veranstaltung ist Teil der zusammenhängenden Seminare PuL-M-14, PuL-M-15 und PuL-M-16. Ein Besuch dieser Veranstaltungen bereitet bestmöglich auf das Verfassen der Masterarbeit am Lehrstuhl Produktion und Logistik vor.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/pul/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: Der vorherige Besuch mindestens einer Master-Grundlagenveranstaltung des Lehrstuhls ist erforderlich.	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS **Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Publishing in Academic Outlets **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, SS	**3,00 SWS**
Prüfung Sonstiges **Beschreibung:** Referat mit Hausarbeit oder Referat mit Portfolio oder Hausarbeit oder Portfolio. Die Prüfungsform des jeweiligen Semesters sowie die Bearbeitungsfrist werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Bei Referaten beträgt die Prüfungsdauer ca. 30 Minuten.	

Modul PuL-M-17 Sustainable Supply Chain Management *Sustainable Supply Chain Management*	6 ECTS / 180 h 60 h Präsenzzeit 120 h Selbststudium
(seit WS24/25) Modulverantwortliche/r: Dr. Björn Asdecker	

Inhalte:

1. Definition, Ziele, Problematiken und Aufgaben des SCM
   - Begriffsentwicklung
   - Sach- und Formalziele
   - Grundprobleme des SCM (Erkenntnisproblem, Komplexitätsproblem, Interdependenzproblem, Allokationsproblem)
   - Bullwhip-Effekt
   - Theoretische Perspektiven auf das SCM (Market- und Ressource-based view of the firm, Ressourcenbasierter Ansatz, Dynamic Capabilities, Relational View)
   - Aufgaben: Enabling Processes, Enabling Technology, Enabling People
   - Definition der Supply Chain Prozesse
   - Etablierte Prozessinstrumente im Supply Chain Management (TQM, TPS, FMEA, Poka-Yoke, Statistical Process Control, Kaizen, VMI, CPFR)
2. Der Planungsprozess des SCM
   - Transparenz in der Supply Chain mittels Visualisierung (SCOR-Modell, Graphentheorie)
   - Prognoseerstellung (Zeitreihenprognosen, Kausalprognosen)
   - Durchlauf eines SCM-Planungszyklus (Supply Chain Configuration, Supply Chain Planning, Supply Chain Execution, Supply Chain Controlling)
3. Die Datenbasis des SCM
   - Informations- und Kommunikationsstandards
   - ERP-Systeme
   - APS-Systeme
   - Industrie 4.0
4. Veränderungsbereitschaft im SCM erzeugen
   - Theory of Reasoned Action
   - Theory of Planned Behavior
   - Technology Acceptance Model
   - Self-Determination Theory
   - SCRUM als operatives Instrument des People Management
5. Nachhaltigkeit in Supply Chains
   - Begriffsbestimmung
   - Grundlagen der CO2e-Bilanzierung
   - Das GHG-Protocol
   - Der GRI-Standard
   - Ökodesign-Ansatz
   - Siegel und Zertifikate im SCM
   - Operative CO2e-Bilanzierung

- Klimaneutralität

Lernziele/Kompetenzen:
Supply Chain Management basiert insbesondere auf bestehenden und weiter entwickelten Methoden und Konzepten des Produktions- und Logistikmanagements, Methoden des Operations Research, dem Einsatz von innovativen Informations- und Kommunikationstechnologien sowie theoretischen und praktischen Erkenntnissen des Kooperationsmanagements.

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/pul/

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse:	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
Vorherige Teilnahme an "Produktionsmanagement" und "Logistikmanagement" oder äquivalenten Veranstaltungen empfohlen.	keine

Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Sustainable Supply Chain Management **Lehrformen:** Vorlesung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS** **4.0 ECTS**
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	

Lehrveranstaltungen	
Sustainable Supply Chain Management **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS** **2.0 ECTS**

Modul PuL-M-18 Nachhaltige Wertschöpfungssysteme	6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit SS25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Eric Sucky	

Lernziele/Kompetenzen:
Das Seminar „Nachhaltige Wertschöpfungssysteme“ wurde speziell für besonders motivierte Studierende konzipiert, die sich im Masterstudium befinden und das Ziel verfolgen, sich mit Fragestellungen des Managements von Nachhaltigkeit in Wertschöpfungssystemen und Unternehmen auseinanderzusetzen. Im Rahmen des Seminars werden die Studierenden ihr Fachwissen zu Fragestellungen wie beispielsweise des Nachhaltigkeitsmanagements, der regulatorischen Anforderungen an das nachhaltige Berichtswesen oder der Konzeption von Supply Chains in zukünftigen, nachhaltigen Wirtschaftsmodellen vertiefen. Ziel ist zudem, die Fähigkeiten zur Analyse, zur kritischen Reflexion und zur Weiterentwicklung von Konzepten und Modellen zu schulen. Die Auswahl der Konzepte und Modelle richtet sich dabei insbesondere nach deren Innovationspotenzial und Praxisrelevanz. Die Prüfungsleistung der Hausarbeit dient zur Einübung von Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens in Vorbereitung auf die Masterarbeit und der Vertiefung eines spezifischen Themas aus dem Seminarkontext.

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/pul/

Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.
Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: Der vorherige Besuch mindestens einer Master-Grundlagenveranstaltung wird dringend empfohlen.		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Nachhaltige Wertschöpfungssysteme **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS**
Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 60 Minuten **Beschreibung:** Die Bearbeitungsfrist der Hausarbeit beträgt 10-12 Wochen. Die genaue Dauer wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.	

Modul PuL-M-20 E-commerce *E-commerce*	6 ECTS / 180 h 60 h Präsenzzeit 120 h Selbststudium

(seit SS25)
Modulverantwortliche/r: Vanessa Felch

Inhalte:
Die Veranstaltung E-Commerce bietet einen Überblick über die wesentlichen Aspekte des Onlinehandels, einschließlich gängiger Geschäftsmodelle und aktueller Markttrends. Ein besonderer Fokus liegt auf den vorwärts- und rückwärtsgerichteten E-Commerce-Aktivitäten. Zu den zentralen Aspekten der vorwärtsgerichteten Aktivitäten zählen die Strategien zur Beschaffung, Lagerhaltung und Distribution. Demgegenüber stehen die rückwärtsgerichteten Aktivitäten, zu denen unter anderem Strategien zur Vermeidung und Reduzierung von Retouren gehören. Nachhaltigkeitsaspekte, wie die Rückführung von Waren in den Wirtschaftskreislauf oder umweltfreundliche Verpackungslösungen, werden darüber hinaus thematisiert. Das Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, die komplexen Herausforderungen und Potenziale des E-Commerce zu analysieren und strategische Entscheidungen zu treffen, die sowohl ökonomische als auch ökologische Zielsetzungen erfüllen.

Lernziele/Kompetenzen:
Im Rahmen der Veranstaltung erlangen Studierende Kenntnisse über die gängigsten Konzepte und Methoden, die für die Planung, Umsetzung und Steuerung von vorwärts- und rückwärtsgerichteten E-Commerce-Aktivitäten wichtig sind. Sie sind in der Lage fundierte strategische Entscheidungen im Bereich der vorwärts- und rückwärtsgerichteten Aktivitäten zu treffen. Sie können Herausforderungen für die einzelnen Unternehmen identifizieren und auf Basis der vermittelten Inhalte Ansätze zur Bewältigung dieser Herausforderungen entwickeln.

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/pul

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: Vorherige Teilnahme an "Produktionsmanagement" und "Logistikmanagement" oder äquivalenten Veranstaltungen empfohlen	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
E-commerce **Lehrformen:** Vorlesung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**2,00 SWS** **4.0 ECTS**
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	

Lehrveranstaltungen	
E-commerce **Lehrformen:** Übung	**2,00 SWS** **2.0 ECTS**

Sprache: Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	

Modul SCM-M-03 Produkt- und Dienstleistungsinnovationen im Supply Chain Management *Product and service innovation for Supply Chain Management*	6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit SS23) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Pflaum	
Inhalte: Wechselende Fragestellungen zu aktuellen Themen	
Lernziele/Kompetenzen: Innovative Produkte und Dienstleistungen spielen auch in logistischen Szenarien eine immer größere Rolle. Ein besonderer Fokus liegt an dieser Stelle auf logistischen Mehrwertdienstleistungen, so genannten Value Added Services (VAS), sowie auf Technologien zur Automatischen Identifikation (Auto-ID). Das Ziel des Seminars Produkt- und Dienstleistungsinnovationen im Supply Chain Management ist es daher, Entwicklung und Design von zukunftsfähigen Produkten und Dienstleistungen einer ausführlicheren Betrachtung zu unterziehen. Dazu bearbeiten die Studierenden in kleinen Arbeitsgruppen aktuelle Frage- bzw. Problemstellungen von einem wissenschaftlichen Standpunkt aus und verknüpfen diese mit den im Rahmen des Studiums erworbenen theoretischen Wissen, Kompetenzen und Fähigkeiten.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-scm	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: Es wird der Besuch der Veranstaltungen Funktechnologien in der Logistik I und II (FUTIL I/II) bzw. Internet of Things at Supply Chain Management I und II (IoT@SCM I/II) empfohlen.	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich | **Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Produkt- und Dienstleistungsinnovationen im Supply Chain Management **Lehrformen:** Hauptseminar **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**2,00 SWS**
Literatur: Die Literaturauswahl und -beschaffung obliegt den Studierenden im Rahmen der entsprechenden Aufgabenstellung.	
Prüfung Hausarbeit mit Referat **Beschreibung:** Die genaue Bearbeitungsfrist der Hausarbeit wird in der ersten Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Dauer des Referats 30-40 Minuten.	

Modul SCM-M-04 Management von Logistik-Dienstleistungen in der Supply Chain *Management of Logistics Services in the Supply Chain*	6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit SS18) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Pflaum Weitere Verantwortliche: Prof. Dr. Günter Prockl	
Inhalte: • Ansatzpunkte für Wertversprechen gegenüber den Nutzern von Logistik-Dienstleistern und die entsprechenden Konsequenzen für die Geschäftsmodelle; • Prinzipielle Netz-Strukturen, Funktionen und Prozesse zur Erbringung logistischer Dienstleistungen, sowie zentrale Fragestellungen zur Gestaltung der Ressourcenarchitektur; • Schlüsselthemen wie Industrialisierung, Kettenintegration und vertikale wie horizontale Kooperation der Supply Chain Akteure; • Informationssysteme zur Unterstützung logistischer Dienstleistungen; • Aktuelle und ergänzende Schlüsselthemen für das Management von Sicherheit und Nachhaltigkeit bei der Erbringung logistischer Dienstleistungen; • Gesamtwirtschaftliche Sicht auf nationale und international Verkehrssysteme, Verkehrsträger, Regulierung/De-Regulierung als Rahmenbedingungen für Logistikdienstleistungen.	
Lernziele/Kompetenzen: Eingebettet in den breiteren theoretischen Kontext des Supply Chain Managements und des Dienstleistungsmanagements führt die Vorlesung in grundlegende Herausforderungen eines Managements von Logistik-Dienstleistungen ein. Illustriert anhand der verschiedenen Logistik- und Transportsysteme auf dem Land, dem Wasser oder in der Luft, werden weiterhin generische Problemstellungen in diesen Systemen herausgearbeitet und aus der Geschäftsmodellperspektive der zentralen Akteure untersucht. Zielsetzung ist es, die Studierenden dabei zu fördern, die grundlegenden Systeme für die Erbringung von Logistik-Dienstleistungen in ihren Zusammenhängen zu verstehen; Funktionen und Positionen der jeweiligen Akteure zu analysieren; Restriktionen und Schlüsselherausforderungen zu identifizieren; Terminologie, Konzepte und theoretische Fundamente anzuwenden, um prinzipielle Geschäftsmodelle zu untersuchen und miteinander zu vergleichen.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-scm	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: keine	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich — **Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Management von Logistik-Dienstleistungen in der Supply Chain **Lehrformen:** Vorlesung	**2,00 SWS**

Sprache: Deutsch
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich

Literatur:

- Aberle, G.: Transportwirtschaft, Oldenbourg-Verlag München, aktuelle Ausgabe.
- Corbett, J., Winebrake, J. (2007): Sustainable Movement of Goods - Energy and Environmental Implications of Trucks, Trains, Ships, and Planes, Environmental Management 11/2007, S. 8-12.
- Coyle, J.J., Novack, R.A., Gibson, B.J., Bardi, E.J.: Management of Transportation – International Edition, South-Western Cengage Learning Independence, aktuelle Ausgabe.
- Eisenkopf, A., Kirchner, C., Jarzembowski, G., Ludewig, J., Rothengatter,W., McCullough, G. (2006): The Liberalisation of Rail Transport in the EU, Intereconomics, Vol. 41 Nr. 6, S. 292-313.
- Fabbe-Costes, N., Jahre, M., Roussat, C. (2008): Towards a Typology of the Roles of Logistics Service Providers as 'Supply Chain Integrators', Supply Chain Forum - An International Journal Vol. 9 Nr. 2, S. 28-43.
- Franc, P.; Van der Horst, M. (2010): Understanding hinterland service integration by shipping lines and terminal operators - a theoretical and empirical analysis, Journal of Transport Geography Vol. 18 Nr. 4, S. 557-566.
- Fremont, A. (2007), Global maritime networks - The case of Maersk, Journal of Transport Geography Vol. 15 Nr. 6, S. 432-442.
- Gadhia, H., Kotzab, H., Prockl, G. (2011): Levels of internationalization in the container shipping industry - an assessment of the port networks of the large container shipping companies, Journal of Transport Geography Vol. 19 Nr. 6, S. 1431-1442.
- Prockl, G. (2010): Informationsmanagement; in: Stölzle, W., Fagagnini, H.P. (Hrsg.): Güterverkehr kompakt, Oldenbourg-Verlag München, S. 151-165.
- Prockl, G.; Schottenhammer, M.; Kotzab, H. (2011): Extrinsic Job Satisfaction of Truck Drivers - Results from a German Survey, in: Gammelgaard, B. (Hrsg.): 2011 CSCMP European Research Seminar Proceedings, Barcelona.
- Prockl, G., Pflaum, A., Kotzab, H. (2012): 3PL factories or lernstatts? Value-creation models for 3PL service providers, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 42 Nr. 6, S. 544-561.
- Vahrenkamp, R. (2007): Geschäftsmodelle und Entwicklungsstrategien von Airlines und Airports in der Luftfracht; in: Arbeitspapier zur Logistik Band 66, Universität Kassel.

Prüfung
schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten

Modul SCM-M-05 Projektwerkstatt für den Entwurf von Informationsdienstleistungen in der digitalen Welt *Project workshop for the design of information services in the digital world*	6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit SS23) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Pflaum	
Inhalte: • Identifikation & Bewertung denkbarer Informationsdienstleistungen anhand von Kreativitätstechnologien und Portfolioanalyse im Rahmen eines Kick-off Workshops • Erarbeiten von Ergebnissen zu den einzelnen Schritten des Vorgehensmodells am Schreibtisch durch Anwendung bekannter und evtl. neu zu recherchierender Methoden • Diskussion der Ergebnisse im Rahmen von in festen zeitlichen Abständen stattfindenden Projekttreffen mit einem Projektbeirat, bestehend aus Lehrstuhlinhaber und wissenschaftlichen Mitarbeitern am Lehrstuhl • Abschließende Präsentation der Ergebnisse im Rahmen einer Ergebnispräsentation am Ende des Semesters • Gemeinsames Erstellen eines Spezifikationsdokuments	
Lernziele/Kompetenzen: Die Projektwerkstatt ist als weiterführende Lehrveranstaltung konzipiert. Ziel ist, das im Rahmen weiterer Module des Lehrstuhls erarbeitete Wissen im Rahmen einer Projektarbeit in einer Gruppe von Studierenden anzuwenden und zielorientiert zu erweitern. Gegenstand ist die Spezifikation einer konkreten Informationsdienstleistung im Team. In der beruflichen Praxis ist eine solche Spezifikation Grundlage für einen Ausschreibungsprozess. Dem Baustein zugrunde liegt das Vorgehensmodell NSEB mit seinen einzelnen Schritten, Fragestellungen und Methoden. Inhaltliches Wissen, insbesondere aus Internet of Things at Supply Chain Management I und II (IoT@SCM I/II; bzw. Funktechnologien in der Logistik I und II), fließt in die Projektarbeit mit ein.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-scm	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: Es wird der Besuch sämtlicher Veranstaltungen des Lehrstuhls, insbes. der Module ServE und FUTIL bzw. IoT@SCM I/II empfohlen.	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich | **Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Projektwerkstatt für den Entwurf von Informationsdienstleistungen in der digitalen Welt **Lehrformen:** Hauptseminar **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**3,00 SWS**
Literatur:	

Wird im Laufe des Semesters teils zur Verfügung gestellt und teils von den Studierenden selbst recherchiert.	
Prüfung Hausarbeit mit Referat **Beschreibung:** Die Bearbeitungszeit der Hausarbeit beträgt 10-12 Wochen während der Vorlesungszeit. Die Dauer des Referats beträgt 20-30 Min. Die genaue Bearbeitungsfrist und Prüfungsdauer werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.	

Modul SCM-M-06 Data Science im Supply Chain Management *Data Science for Supply Chain Management*	6 ECTS / 180 h

(seit WS24/25)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Pflaum
Weitere Verantwortliche: Dr. Christian Frey

Inhalte:

- Einführung in die Grundlagen von Data Science und Analytics im Kontext des Supply Chain Managements
- Betrachtung relevanter Verfahren insbesondere aus den Bereichen der Künstlichen Intelligenz und des Machine Learnings
- Umfassende Erläuterung der gesamten Data Science Pipeline von der Formalisierung eines Anwendungsfalls über den Datenimport, die Datenvisualisierung, die Datenbereinigung, die Anwendung von verschiedenen Analyseverfahren bis hin zur Entwicklung von Benutzeroberflächen und dem Deployment entsprechender Lösungen auf einer Cloud Infrastruktur
- Behandlung unterschiedlicher Anwendungsbeispiele aus dem Umfeld des Supply Chain Managements (z.B. Bedarfsprognosen, Preisprognosen) aus der Literatur
- Gemeinsame Bearbeitung einer Case Study zum Einsatz von Data Science und Analytics-Verfahren im Supply Chain Management
- Aktueller Gastvortrag aus der Praxis; das jeweilige Thema wird in der Vorlesung gesondert bekannt gegeben

Lernziele/Kompetenzen:
Eingebettet in den theoretischen Kontext des Supply Chain Managements setzt sich die Lehrveranstaltung mit Grundlagen und Verfahren aus dem Bereich von Data Science und Analytics auseinander. Am Ende der Veranstaltung sollen die Studierenden in der Lage sein, eigenständig ein kleines Data Science-Projekt im Bereich des Supply Chain Managements in Form einer Gruppenarbeit zu bearbeiten. Dabei durchlaufen sie alle Schritte der Data Science Pipeline und implementieren diese praktisch mit R oder Python.

Sonstige Informationen:
https://www.uni-bamberg.de/bwl-scm/studium/master/

Hinweis: **Das Modul entfällt im Wintersemester 2024/25.**

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: Grundlagen der Ökonometrie		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Data Science im Supply Chain Management **Lehrformen:** Vorlesung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS** **3.0 ECTS**

Inhalte:
Hinweis: **Das Modul entfällt im Wintersemester 2024/25.**

Literatur:

- James, G., Witten, D., Hastie, T. & Tibshirani, R. (2017), An introduction to statistical learning: With applications in R, Springer texts in statistics, 8 edn, Springer, New York, Heidelberg, Dordrecht and London.
- Wickham, H. (2019), Advanced R, The R series, 2 edn.
- Matloff, N. (2011), The Art of R Programming: A Tour of Statistical Software Design, 1 edn., No Starch Press.
- Döbel, I., Leis, M., Molina Vogelsang, M., Neustroev, D., Petzka, H., Riemer, A., Rüping, S., Voss, A., Wegele, M. & Welz, J. (2018), Maschinelles Lernen: Eine Analyse zu Kompetenzen, Forschung und Anwendung, Technical report, München.
- Bischl, B., Scheipl, F., Seibold, H., Bothmann, L., Schalk, D., Molnar, C., Pielok, T., (2021), Introduction to Machine Learning (I2ML).

Prüfung
schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten

Lehrveranstaltungen

Data Science im Supply Chain Management **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS** **3.0 ECTS**

Modul SCM-M-07 Digital Transformation of Value Creation Systems *Digital Transformation of Value Creation Systems*	6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit WS24/25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Pflaum	

Inhalte:

- Theoretical framework for the transformation of traditional product-oriented into data- and service-oriented companies
- Explanation of the digital transformation reference process
- Overview of the key dimensions of digital transformation
- Discussion of digital transformation using an example from the mechanical and plant engineering industry
- Effects of digital transformation on a company's strategy and product and service offerings
- Basic technologies of digital transformation and effects on the architecture of operational information systems
- Changes in the structural and process organization
- Expansion of traditional product-oriented supply chains into data- and service-oriented business ecosystems
- Changes in the area of human resources and the corporate and innovation culture
- Integration of the different aspects into a maturity model and application of this model based for a practical example
- Guest lecture on the topic of digital transformation from an industrial company representative; the company will be named during the semester

Lernziele/Kompetenzen:
With increasing digitalization, industrial companies and cross-company value creation systems are changing fundamentally. The course aims to create an understanding of the data-driven company on the one hand and the process of digital transformation on the other. The change from the traditional product-oriented to the data- and service-oriented company is presented and explained for different key dimensions. A tool for measuring the digital maturity of a given company is developed and applied in an accompanying case study. At the end of the course, students should be able to assess companies in the manufacturing industry in particular with regard to the degree of digitalization and develop strategies for the further transformation process. In addition to the company itself, the overarching and cross-company value creation system is at the forefront of the considerations.

Sonstige Informationen:
https://www.uni-bamberg.de/bwl-scm/studium/master/

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
Keine besonderen Bedingungen

Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Digitale Transformation von Wertschöpfungssystemen **Lehrformen:** Seminaristischer Unterricht **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS**
Literatur: • Klötzer, C.; Pflaum, A. (2017): Toward the Development of a Maturity Model for Digitalization within the Manufacturing Industry's Supply Chain, in: Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS) 2017. Hawaii, S. 4210-4219. • Bock M., Wiener M., Gronau R., Martin A. (2019): Industry 4.0 Enabling Smart Air: Digital Transformation at Kaeser Compressors, in: Urbach N., Röglinger M. (Hrsg): Digitalization Cases - How Organizations Rethink their Business for the Digital Age, Springer, pp. 101-117. • Porter, M.E.; Millar, V.E. (1985): How Information Gives You Competitive Advantage. Harvard Business Review, Juli – August 1985 • Curry E. (2015): The Big Data Value Chain: Definitions, Concepts, and Theoretical Approaches, in: Cavanillas J.M., Curry E., Wahlster W. (eds.): New Horizons for a Data-Driven Economy – A Roadmap for Usage and Exploitation of Big Data in Europe, Springer. • Lightfoot et al. (2013): The servitization of manufacturing: A systematic literature review of interdependent trends. International Journal of Operations & Production Management. Vol. 33/11-12, pp. 1408-1434. • Schmitz, M.; Dietze, C. Czarnecki, C. (2019): Enabling digital Transformation through Robotic Process Automation at Deutsche Telekom, in: Urbach N., Röglinger M. (Hrsg): Digitalization Cases - How Organizations Rethink their Business for the Digital Age, Springer, pp. 15-33. • Åkesson, M.; Sørensen, C.; Ihlström Eriksson, C. (2018): Ambidexterity under digitalization: a tale of two decades of new media at a Swedish newspaper. Scandinavian Journal of Management (In Press). • Iansiti, M. und R. Levien (2004): The keystone advantage: What the new dynamics of business ecosystems mean for strategy, innovation, and sustainability. Boston: Harvard Business School Press. • Papert, M. und A. Pflaum (2017): Development of an Ecosystem Model for the Realization of Internet of Things (IoT) Services in Supply Chain Management. Electronic Markets, 31 Nr. 3, S. 1-15. • Tripsas, M. (2009): Technology, Identity, and Inertia Through the Lens of "The Digital Photography Company". Organization Science, vol. 20, no. 2, pp. 441-460. • Tripsas, M. (2013): Exploring the Interaction Between Organizational Identity and Organizational Design in Technological Transitions. Boston College.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	

Modul SCM-M-08 Internet of Things at Supply Chain Management I (IoT@SCM I) *Internet of Things at Supply Chain Management I (IoT@SCM I)*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS23) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Pflaum	
Inhalte: • Vom klassischen Barcode zu funkbasierten ID-Technologien – Eine kurze Einführung aus technischer Sicht • Technische Grundlagen zu funkbasierte ID-Technologien – Technologische Varianten und Funktionsweisen • Komplementäre Innovationen bei Einsatz funkbasierter ID-Technologien – Integrationsplattformen etc. • Beispiel aus der Industrie „Technologieeinsatz bei LHT“ – Verdeutlichung von Grundlagen • Case Study aus dem Bereich der FMCG: „Technologieeinsatz bei Metro“ – Inhaltliche Diskussion • Case Study aus dem Bereich der Bekleidungswirtschaft: „Technologieeinsatz bei Galeria Kaufhof“ – Inhaltliche Diskussion • Gastvortrag aus der logistischen Praxis – Thema wird in der Vorlesung bekannt gegeben • Vorgehensweise bei der praktischen Bewertung der funkbasierter ID-Technologien – Betrachtung aus der technischen und der betriebswirtschaftlichen Perspektive • „RFID-gestütztes Tracking & Tracing von industriellem Stückgut“ – Anwendung der Vorgehensweise anhand eines Beispiels • Aktuelle Verbreitung funkbasierter ID-Technologien und technologische Trends – Eine Übersicht • RFID und Datensicherheit – Eine kritische Betrachtung • Exkursion ans Fraunhofer IIS – Technologien „begreifen“	
Lernziele/Kompetenzen: Die Veranstaltung Internet of Things at Supply Chain Management I ist als einführende Veranstaltung konzipiert. Die Studierenden sollen einen Überblick über die existierenden Basistechnologien des „Internets der Dinge“ und die bei einer Implementierung erforderlichen Komplementärinnovationen gewinnen. Sie sollen die Funktionsweise funkbasierter ID-Technologien verstehen und in der Lage sein, den praktischen Einsatz entsprechender Produkte und Systeme sowohl aus der technischen als auch der betriebswirtschaftlichen Perspektive zu bewerten. Den Studierenden werden die entsprechenden Grundlagen, Vorgehensweisen und Methoden vermittelt.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-scm	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: keine	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Internet of Things at Supply Chain Management I (IoT@SCM I) **Lehrformen:** Vorlesung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS** **4.0 ECTS**
Literatur: • Baars, H., Gille, D., Strüker, J. (2009): Evaluation of RFID applications for logistics - a framework for identifying, forecasting and assessing benefits, European Journal of Information Systems Vol. 18 Nr. 6, S. 578-591. • Fleisch, E.; Christ, O.; Dierkes, M. (2005): Die betriebswirtschaftliche Vision des Internets der Dinge; in: Fleisch, E., Mattern, F. (Hrsg.): Das Internet der Dinge – Ubiquitous Computing und RFID in der Praxis, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, S. 3-37. • Krupp, M., Pflaum, A., Raabe, T. (2010): RFID als Basis einer verbesserten Informationsbasis zur Steuerung logistischer Prozesse – Ein Beispiel der Lufthansa Technik Logistik; in: Krupp, T., Paffrath, R., Wolf, J. (Hrsg.): Praxishandbuch IT-Systeme in der Logistik, DVV Media Group Hamburg, S. 164-184. • Pflaum, A., Stein, A., Krieger, W., Dräger, H. (1998): Sendungsverfolgung zwischen Marketinginstrument und Produktionsunterstützungstool, ein Forschungsbericht zum AiF-Projekt; in: GVB Schriftenreihe Band 40, Nürnberg. • Prockl, G., Pflaum, A. (2012): Mehr Transparenz in der Versorgungskette durch das „Internet der Dinge“; in: Stölzle, W., Lieb, T.C. (Hrsg): Business Innovation in der Logistik - Chancen und Herausforderungen für Wissenschaft und Praxis, Springer-Gabler Wiesbaden, S. 105-126. • Thiesse, F., Gross, S. (2006): Integration von RFID in die betriebliche IT-Landschaft, WIRTSCHAFTSINFORMATIK Vol. 48 Nr. 3, S. 178-187. • Thiesse, F., Al-Kassab, J., Fleisch, E. (2009): Understanding the value of integrated RFID systems - a case study from apparel retail, European Journal of Information Systems Vol. 18 Nr. 6, S. 592-614. • Thiesse, F., Staake, T., Schmitt, P., Fleisch, E. (2011): The rise of the "next-generation bar code" - an international RFID adoption study, Supply Chain Management: An International Journal Vol. 16 Nr. 5, S. 328-345.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	

Lehrveranstaltungen	
Internet of Things at Supply Chain Management I (IoT@SCM I) **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**1,00 SWS** **2.0 ECTS**

Modul SCM-M-09 Internet of Things at Supply Chain Management II (IoT@SCM II) *Internet of Things at Supply Chain Management II (IoT@SCM II)*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit WS22/23) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Pflaum	

Inhalte:

• Zusammenfassung wesentlicher Inhalte aus IoT@SCM I (bzw. FUTIL I) und Einführung zum Thema

• Funktionen und Leistungsklassen Cyber-Physischer Systeme (CPS) bzw. intelligenter Objekte

• Anwendungsspezifische Anforderungen und entsprechende technologischen Lösungen:

1) Überwachung der Transportqualität mit Sensortags

2) Asset Management mit drahtlosen Sensornetzen WSN

3) Monitoring von Prozessen in der Produktionslogistik mit WLAN

4) Unterstützung von Umschlagsaktivitäten durch infrastruktur-basierte Echtzeitlokalisierungssysteme RTLS

5) Weltweites Monitoring von Containern mit Telematik

• Cyber-Physische Systeme als Basis für die vierte industrielle Revolution

• Exkursion an das Fraunhofer IIS in Nürnberg – Fokus auf drahtlose Sensornetze und Lokalisierungssysteme

Lernziele/Kompetenzen:

Die Veranstaltung Internet of Things at Supply Chain Management II ist als weiterführende Veranstaltung konzipiert. Die Studierenden sollen die Funktionsweise von Sensortags, drahtlosen Netzwerken, Echtzeitlokalisierungssystemen und anderen aktiven Smart Object-Technologien verstehen und in der Lage sein, den praktischen Einsatz entsprechender Produkte und Systeme sowohl aus der technischen als auch der betriebswirtschaftlichen Perspektive zu bewerten. Den Studierenden werden die entsprechenden Grundlagen, Vorgehensweisen und Methoden vermittelt.

Sonstige Informationen:

http://www.uni-bamberg.de/bwl-scm

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:

keine

Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen

Internet of Things at Supply Chain Management II (IoT@SCM II) **Lehrformen:** Vorlesung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**2,00 SWS** **4.0 ECTS**
Literatur:	

Wird im Laufe der Vorlesung ergänzt.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	

Lehrveranstaltungen	
Internet of Things at Supply Chain Management II (IoT@SCM II) **Lehrformen:** Übung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**1,00 SWS** **2.0 ECTS**
Literatur: • Emmanouilidis, C., Liyanage, J.P., Jantunen, E. (2009): Mobile solutions for engineering asset and maintenance management, Journal of Quality in Maintenance Engineering Vol. 15 Nr. 1, S. 92-105. • Geisberger, E., Broy, M.: agendaCPS – Integrierte Forschungsagenda Cyber-Physical Systems, acatech-Deutsche Akademie der Technikwissenschaften München, 2012. • Hafliðason, T., Ólafsdóttir, G., Bogason, S., Stefánsson, G. (2012): Criteria for temperature alerts in cod supply chains, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management Vol. 42 Nr. 4, S. 355-371. • Lang, W., Jedermann, R., Mrugala, D., Jabbari, A., Krieg-Bru?ckner, B., Schill, K. (2011): The “Intelligent Container” - A Cognitive Sensor Network for Transport Management, IEEE Sensors Journal Vol. 11 Nr. 3, S. 688-698. • Pflaum, A., Traulsen, H., Lempert, S.; Gehrmann, V., Hupp, J. (2008): Sicherung teurer Produkte in den Distributionssystemen der Wirtschaft mit Hilfe von drahtlosen Sensornetzwerken - Zu den Möglichkeiten und Grenzen der neuen Technologie; in: Pfohl, H.-C., Wimmer, T. (Hrsg.): Robuste und sichere Logistiksysteme - Wissenschaft und Praxis im Dialog, DVV Media Group Hamburg, S. 573-590. • Prockl, G., Pflaum, A. (2012): Mehr Transparenz in der Versorgungskette durch das „Internet der Dinge“; in: Stölzle, W., Lieb, T.C. (Hrsg): Business Innovation in der Logistik - Chancen und Herausforderungen für Wissenschaft und Praxis, Springer-Gabler Wiesbaden, S. 105-126. • Stopka, U. (2009): Herausforderungen und Potenziale von Mobilfunk-, Ortungs- und Navigationsdiensten in Güterverkehr und Logistik, Wissenschaftliche Zeitschrift der Technischen Universität Dresden, Vol. 58 Nr. 1-2, S. 81-89. • Thiesse, F., Fleisch, E., Dierkes, M. (2006): LotTrack: RFID-based Process Control in the Semiconductor Industry, IEEE Pervasive Computing Vol. 5 Nr. 1, S. 47-53.	

Modul SNA-ASN-M Analyse sozialer Netzwerke *Social Network Analysis*		6 ECTS / 180 h
(seit SS23) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Oliver Posegga		
Inhalte: Gegenstand der Veranstaltung sind Methoden und Modelle der Analyse sozialer Netzwerke (Social Network Analysis).		
Lernziele/Kompetenzen: Erwerb vertiefter Kenntnisse der Methoden und Modelle der Netzwerkanalyse. Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Struktur sozialer Netzwerke für die Effektivität und Effizienz betrieblicher Arbeitsprozesse. Sie erlernen methodische Grundlagen der Analyse sozialer Netzwerke und die Bewertung ihrer strukturellen Eigenschaften. Sie sind in der Lage, ihre Kenntnisse auf Forschungsfragen der Wirtschaftsinformatik anzuwenden.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
1. Analyse sozialer Netzwerke **Lehrformen:** Vorlesung **Dozenten:** Prof. Dr. Oliver Posegga **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**2,00 SWS**
Inhalte: Das Modul bietet eine systematische Einführung in das Gebiet der Analyse sozialer Netzwerke (Social Network Analysis) und ihrer Bedeutung für die Wirtschaftsinformatik. Gegenstand des Moduls sind Methoden und Modelle zur Bestimmung der strukturellen Eigenschaften von Netzwerken sowie der Position und Rolle der in sie eingebetteten Akteure. Darüber hinaus vermittelt das Modul Einsichten in die Bedeutung der Struktur und Dynamik sozialer Netzwerke für die Effektivität und Effizienz betrieblicher Prozesse. Themenfelder: • Strukturelle Eigenschaften sozialer Netzwerke • Rollen und Positionen von Akteuren in sozialen Netzwerken • Auswirkungen von Netzwerkstrukturen auf betriebswirtschaftliche Ergebnisse	
Literatur: • Carrington PJ, Scott J, Wasserman S (2005) Models and Methods in Social Network Analysis. Cambridge University Press, New York.	

- Knoke D, Yang S (2007) Social Network Analysis, 2. Auflage. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Newman MEJ (2010) Networks. An Introduction. Oxford University Press, Oxford.
- Wasserman S, Faust K (1994) Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge University Press, New York.

2. Analyse sozialer Netzwerke | **2,00 SWS**

Lehrformen: Übung
Dozenten: Mitarbeiter Wirtschaftsinformatik, insb. Soziale Netzwerke
Sprache: Deutsch
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich

Inhalte:
Die Inhalte der Vorlesung werden anhand von Übungsaufgaben und Fallbeispielen vertieft. Praktische Übungen werden unter Verwendung gängiger Software wie beispielsweise R und Gephi zur Analyse sozialer Netzwerke durchgeführt.

Literatur:

- De Nooy, W., Mrvar, A., & Batagelj, V. (2018). Exploratory social network analysis with Pajek: Revised and expanded edition for updated software (Vol. 46). Cambridge university press.
- Grandjean, M. (2015). Gephi: Introduction to network analysis and visualization.
- Luke, D. A. (2015). A user's guide to network analysis in R (Vol. 72, No. 10.1007, pp. 978-3). New York: Springer.

Prüfung
schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten
Beschreibung:
In der Klausur werden die in Vorlesung und Übung behandelten Inhalte geprüft. Es können 90 Punkte erzielt werden.

Durch die freiwillige Abgabe von semesterbegleitenden Studienleistungen können Punkte zur Notenverbesserung gesammelt werden, die auf die Klausur anrechenbar sind, sofern die Klausur auch ohne Punkte aus Studienleistungen bestanden ist. Zu Beginn der Lehrveranstaltung wird bekannt gegeben, ob Studienleistungen angeboten werden. Falls Studienleistungen angeboten werden, wird zu diesem Zeitpunkt auch die Anzahl, die Art, der Umfang und die Bearbeitungsdauer der Studienleistungen sowie die Anzahl an erreichbaren Punkten pro Studienleistung bekannt gegeben. Eine Bewertung von 1,0 kann auch ohne Punkte aus den Studienleistungen erreicht werden.

Modul SNA-NET-M Netzwerktheorie *Network Theory*		6 ECTS / 180 h
(seit SS23) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Oliver Posegga		
Inhalte: Gegenstand der Veranstaltung sind die Theorien sozialer Netzwerke.		
Lernziele/Kompetenzen: Die Studierenden kennen interdisziplinäre Theoriebeiträge zur Erklärung der Struktur und Dynamik sozialer Netzwerke und können das erworbene Wissen auf relevante Forschungsfragen der Wirtschaftsinformatik anwenden. Sie verstehen den Einfluss der Struktur eines Netzwerkes auf seine internen Prozesse und die Veränderung der Struktur eines Netzwerkes im Zeitverlauf. Themenfelder: • Theorien sozialer und komplexer Netzwerke • Emergenz und Dynamik sozialer Netzwerke • Agentenbasierte Modellierung und Spieltheorie • Informationsverarbeitung in sozialen Netzwerken • Netzwerkprozesse • Wissensnetzwerke		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Kenntnisse aus dem Modul Analyse sozialer Netzwerke sind wünschenswert, jedoch nicht Voraussetzung		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
1. Netzwerktheorie **Lehrformen:** Vorlesung **Dozenten:** Prof. Dr. Oliver Posegga **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**2,00 SWS**
Inhalte: Die Struktur und Dynamik sozialer Netzwerke sind von zentraler Bedeutung für das Funktionieren betrieblicher Arbeitsprozesse und beeinflussen die Leistungs- und Innovationsfähigkeit von Organisationen. Die Veranstaltung leistet anhand interdisziplinärer Theoriebeiträge der Disziplinen Wirtschaftsinformatik, Betriebswirtschaft, Informatik und Organisationssoziologie einen Beitrag zum Verständnis dieser Netzwerke. Die Lektüre aktueller Fachartikel gewährt Einblick in den Stand der Forschung. Themenfelder: • Theorien sozialer und komplexer Netzwerke • Emergenz und Dynamik sozialer Prozesse	

• Agentenbasierte Modellierung und Spieltheorie • Informationsverarbeitung in sozialen Netzwerken • Netzwerkprozesse • Wissensnetzwerke **Literatur:** • Easley D, Kleinberg J (2010) Networks, Crowds, and Markets. Reasoning about a Highly Connected World. Cambridge University Press, New York • Goyal S (2009) Connections: An Introduction to the Economics of Networks, Princeton University Press, Princeton und Oxford • Jackson MO (2008) Social and Economic Networks. Princeton University Press, Princeton und Oxford • Kilduff M, Tsai W (2003) Social Networks and Organizations. Sage Publications, Thousand Oaks • Monge PR, Contractor N (2003) Theories of Communication Networks. Oxford University Press, New York	
2. Netzwerktheorie **Lehrformen:** Übung **Dozenten:** Mitarbeiter Wirtschaftsinformatik, insb. Soziale Netzwerke **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich **Inhalte:** Die Inhalte der Vorlesung werden anhand von Übungsaufgaben und Fallbeispielen vertieft. Praktische Übungen werden unter Verwendung gängiger Software zur Analyse sozialer Netzwerke durchgeführt. **Literatur:** Siehe Vorlesung.	**2,00 SWS**

Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten **Beschreibung:** In der Klausur werden die in Vorlesung und Übung behandelten Inhalte geprüft. Es können 90 Punkte erzielt werden. Durch die freiwillige Abgabe von semesterbegleitenden Studienleistungen können Punkte zur Notenverbesserung gesammelt werden, die auf die Klausur anrechenbar sind, sofern die Klausur auch ohne Punkte aus Studienleistungen bestanden ist. Zu Beginn der Lehrveranstaltung wird bekannt gegeben, ob Studienleistungen angeboten werden. Falls Studienleistungen angeboten werden, wird zu diesem Zeitpunkt auch die Anzahl, die Art, der Umfang und die Bearbeitungsdauer der Studienleistungen sowie die Anzahl an erreichbaren Punkten pro Studienleistung bekannt gegeben. Eine Bewertung von 1,0 kann auch ohne Punkte aus den Studienleistungen erreicht werden.	

Modul VM-M-01 Price Management *Price Management*		6 ECTS / 180 h
(seit WS21/22) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen		
Inhalte: The course "Price Management" focusses on all processes, for which companies demand the equivalent for their offered products and services from their customers. Topics: 1. Characteristics of price management In this unit, an overview about price and value, price management and external influences on pricing decisions is provided. 2. Customers' price behavior Price behavior is explained from a classical economic and behavioral perspective. Morever behavioral pricing is presented by taking psychology into account. 3. The pricing process - price analysis Students learn about the pricing process (market analysis, customer analysis, cost analysis) and marginal analysis. 4. The pricing process - price strategy formulation This unit deals with objectives in pricing and strategic price concepts. 5. The pricing process: price calculation Different anchor points on how to calculate prices are presented (e.g. long-term vs. short-term pricing, assortment pricing, price variation). 6. Price implementation Within this unit, internal and external price implementation is introduced. Moreover, students learn about countertrade, currency issues in international marketing and transfer pricing.		
Lernziele/Kompetenzen: After taking this course, students are able to: - explain the role and importance of price as a marketing instrument, - describe the role of prices in the context of customers' purchasing processes, - distinguish between the activities in the price management process and explain their specific challenges, - describe the different instruments that companies may use in order to implement their pricing strategy, - define important indicators that allow measuring a company's pricing performance.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Price Management **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**3,00 SWS**
Literatur: • Monroe, K. (2003), Pricing – Making Profitable Pricing Decisions, 3rd edition, Boston : McGraw-Hill Irwin. • Diller, H. (2007), Preispolitik, 4. Aufl., Stuttgart : Kohlhammer.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten **Beschreibung:** Prüfungssprache: Englisch	

Modul VM-M-02 Business-to-Business Marketing & Purchasing *Business-to-Business Marketing & Purchasing*	6 ECTS / 180 h
(seit WS24/25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen	
Inhalte: The course "Business-to-Business Marketing & Purchasing" puts a focus on transactions between commercial actors. Topics: 1. Value chains and networks This unit provides an overview about business markets, business types, business markets as networks and managing these networks. 2. Purchasing and supplier management After an introduction of purchasing management, basic sourcing decisions, purchasing organization and current challenges in purchasing are presented. 3. Defining Value Propositions This unit focuses on how to build the central building block in a business model, that is, a company's value proposition, by combining different value elements. 4. Building business relationships Long-term buyer-supplier relationships are typical on many B2B markets. This unit presents how to conceptualize a business relationship and which phases the management cycle encompasses. 5. Managing distribution on business markets Students learn about distribution channels, channel design and producer-retailer relationships. Moreover, the concepts "efficient consumer response" and "category management" are presented. 6. Sales management on business markets Sales management is contextualized on business markets. Different types of sales, the personal selling process, sales force management, sales organization and key account management are subjects of this unit. 7. Account management in the automotive supply sector Key account or global account management are important topics on many B2B markets. This unit presents the most important facets using the specific example of one industry.	
Lernziele/Kompetenzen: The aim of this course is: - knowledge of the particular challenges of purchasing and marketing in professional markets, - understanding of business markets as value-chains and -networks, and as elements of the organizational procurement process, - knowledge of key B2B concepts as well as their theoretical background and practical applications.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: keine	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**

		keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Business-to-Business Marketing & Purchasing **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**3,00 SWS**
Literatur: • Ford, D., Gadde, L., Hakansson, H., Snehota, I. (2006), The Business Marketing Course: Managing in Complex Networks, John Wiley & Sons. • Leenders, M.R., Johnson, P.F., Flynn, A.E., Fearon, H.E. (2006), Purchasing & Supply Management, 13th edition, Boston : McGraw-Hill Irwin.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten **Beschreibung:** Prüfungssprache: Englisch	

Modul VM-M-03 Methoden der Marktforschung *Market Research Methods*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium

(seit SS25)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens
Weitere Verantwortliche: Dr. Maria Smirnova, wissenschaftliche Mitarbeiter/innen

Inhalte:
Marktforschungsprozess
• Überblick über Datenquellen, Datenerhebung und Datenanalyseverfahren
• Methoden der qualitativen Marktforschung
• Methoden der quantitativen Marktforschung
• Methoden der multivariaten Datenanalyse
• Ethische Aspekte der Marktforschung

Lernziele/Kompetenzen:
Vertiefte Kenntnisse über einzelne Phasen des Marktforschungsprozesses, vertiefte Kenntnisse von qualitativen und quantitativen Untersuchungen, Verständnis multivariater Datenanalyseverfahren, Befähigung zur Anwendung relevanter Software zur Datenanalyse.

Sonstige Informationen:
https://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/

Im Rahmen der Lehrveranstaltung wird eine zusätzliche Übung angeboten.

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse:	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
Es wird empfohlen, das Modul VM-B-03: Introduction to Marketing Intelligence besucht zu haben.	keine

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:**
		1 Semester

Lehrveranstaltungen

Methoden der Marktforschung — **3,00 SWS**
Lehrformen: Seminaristischer Unterricht
Sprache: Deutsch
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich

Inhalte:
Im Rahmen der Lehrveranstaltung wird eine zusätzliche Übung angeboten.

Literatur:
- Lipsey, M. W./Wilson, D. B. (2001), Practical Meta-Analysis, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Buber, R./Holzmüller, H. (2009), Qualitative Marktforschung: Konzepte – Methoden – Analysen, Wiesbaden: Gabler.
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E. (2013), Methoden der empirischen Sozialforschung, 10. Aufl., München: Oldenbourg Verlag.

• Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R. (2011), Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 13. Aufl., Berlin et al.: Springer. • Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R. (2013), Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 2. Auflage, Berlin et al.: Springer. • Buber, R./Holzmüller, H. (2009), Qualitative Marktforschung: Konzepte – Methoden – Analysen, Wiesbaden: Gabler. • Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E. (2013), Methoden der empirischen Sozialforschung, 10. Aufl., München: Oldenbourg Verlag. • Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R. (2011), Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 13. Aufl., Berlin et al.: Springer. • Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R. (2013), Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 2. Auflage, Berlin et al.: Springer. • Malhotra et al. (2017), Marketing Research An Applied Approach, 5th edition, Pearson	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) **Beschreibung:** Klausur, 60 Minuten	

Modul VM-M-04 Research Seminar Business-to-Business *Research Seminar Business-to-Business*		6 ECTS / 180 h
(seit WS24/25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens Weitere Verantwortliche: Prof. Dr. Stephan C. Henneberg (Lehrbeauftragter); wissenschaftliche Mitarbeiter/innen		
Inhalte: In the course "Research Seminar Business-to-Business", students deepen their knowledge about scientific research. They deal with research and publication processes and learn to systematically work with academic literature. Selected articles among the field of business-to-business marketing are presented by students and further analyzed along with the seminar leader.		
Lernziele/Kompetenzen: The seminar serves as a research seminar, in which basic elements of the research and publication process are imparted. Students are empowered to: - read and understand scientific publications; - understand the structure and the way of working out scientific publications; - understand the quality requirements of scientific publications; - understand the process of quality control of scientific papers which arise out of review procedures prior to their publication; - understand the requirements that arise from the review and publication process to understand upstream scientific research; - know important journals of business-to-business marketing and to be able to classify them in research landscape; - identify and analyze articles from the field of business-to-business research and include them in research landscape.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Good command of English language.		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Research Seminar Business-to-Business **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich **Literatur:** • Artikel aus wissenschaftlichen Zeitschriften • Relevante Literaturliste wird im Seminar bekannt gegeben	**2,00 SWS**
Prüfung Referat mit Portfolio **Beschreibung:** Das Thema wird im Rahmen der Lehrveranstaltung mündlich präsentiert und als Portfolio ausgearbeitet. Alternativ kann die Prüfung in Form von Referat mit schriftlicher Hausarbeit erfolgen. Die konkrete Prüfungsform sowie Bearbeitungsfrist des Portfolios und Dauer des Referats werden in der ersten Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Prüfungssprache: Englisch.	
Prüfung Referat mit schriftl. Hausarbeit **Beschreibung:** Das Thema wird im Rahmen der Lehrveranstaltung mündlich präsentiert und als Hausarbeit ausgearbeitet. Alternativ kann die Prüfung in Form von Referat mit Portfolio erfolgen. Die konkrete Prüfungsform sowie Bearbeitungsfrist der Hausarbeit und Dauer des Referats werden in der ersten Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Prüfungssprache: Englisch.	

Modul VM-M-05 Research Seminar International Marketing *Research Seminar International Marketing*	6 ECTS / 180 h
(seit WS21/22) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen	
Inhalte: Die Lehrveranstaltung führt Studierende in die akademische Forschung ein. Der inhaltliche Fokus des Seminars wechselt jährlich. Studierende lernen den Umgang mit wissenschaftlicher Literatur. Ferner erhalten Studierende einen Einblick in empirische Forschung. Das Seminar sieht die Durchführung eines eigenen Forschungsprojekts sowie die Präsentation der Forschungsergebnisse vor.	
Lernziele/Kompetenzen: Die Entwicklung eines fundierten Verständnisses über den akademischen Forschungsprozess sowie über die Generierung und Präsentation von Forschungsergebnissen.	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/ Wird geblockt durchgeführt, i.d.R. mit einer Auftaktveranstaltung zu Beginn des Semesters (Einführung in die Themenstellung und Informationen zum Seminarablauf) und Präsentations- und Diskussionstagen im Laufe des Semesters. Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: keine	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich | **Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Research Seminar International Marketing **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**3,00 SWS**
Literatur: Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.	
Prüfung Hausarbeit mit Referat **Beschreibung:** Artikelpräsentation, Forschungspräsentation, Forschungsbericht	

Bearbeitungsfrist der Hausarbeit und Referatsdauer werden in der ersten Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Das Thema wird im Rahmen der Lehrveranstaltung mündlich präsentiert und als Hausarbeit ausgearbeitet. Alternativ dazu kann die Prüfung in Form von Portfolio mit Referat abgenommen werden (s.u.). Welche Prüfungsform jeweils angeboten wird, wird zu Beginn des jeweiligen Semesters (Beginn der Lehrveranstaltung) bekannt gegeben.	
Prüfung Referat mit Portfolio **Beschreibung:** Bearbeitungsfrist der Hausarbeit und Referatsdauer werden in der ersten Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Das Thema wird im Rahmen der Lehrveranstaltung mündlich präsentiert und als Portfolio ausgearbeitet. Alternativ dazu kann die Prüfung in Form von Hausarbeit mit Referat abgenommen werden (s.o.). Welche Prüfungsform jeweils angeboten wird, wird zu Beginn des jeweiligen Semesters (Beginn der Lehrveranstaltung) bekannt gegeben.	

Modul VM-M-09 Intercultural Challenges in Customer and Account Management *Intercultural Challenges in Customer and Account Management*	6 ECTS / 180 h

(seit SS19)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens
Weitere Verantwortliche: Ilaria Carrara Cagni

Inhalte:
Content of the seminar are challenges of intercultural communication. The theoretical learning content provided during the course will be deepened by case studies from international companies in sales and furthermore, in order to expand on cultural sensibilisation, simulation games are conducted.
The seminar content originates from the following areas:
- concept of culture, typologies of culture, different culture conceptualizations
- challenges of intercultural communication, esp. within the scope of business situations with clients
- intercultural competence, based on different models of intercultural communication (i.a. iceberg, culture standards, situation-individual-culture, dimensions of culture, model of intercultural sensitivity)
- culture shock handling on a client business trip or longer stays abroad (expatriates).

Lernziele/Kompetenzen:
Students are enabled to identify problem areas of cultural nature in cross border business activities, especially in intercultural "sales" situations.
- Students are able to develop behaviour and communication strategies for "intercultural critical incidents".
- Students are able to develop their intercultural competency: They are especially qualified to train their empathic capacity, their subtle perception, their ethnorelativistic communication and to improve their cultural awareness.
- Students are able to prepare concepts of intercultural collaboration with clients from different cultural areas.
- Students deepen their knowledge of partly known communication models (Iceberg Model, Dimensions of Culture, Culture Standards, and so on) and learn about their practical application in international sales situations.

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/

Wird geblockt durchgeführt.
Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: Basic understanding of general management and innovation management topics (Bachelor level). Good command of english language.	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine

Angebotshäufigkeit: WS, SS	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:**

		1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Intercultural Challenges in Customer and Account Management **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, SS **Literatur:** • Milton J. Bennett – Basic Concepts of Intercultural Communication • Fons Trompenaars – Riding the Waves of Culture	**3,00 SWS**
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten **Beschreibung:** Prüfungssprache: Englisch	

Modul VM-M-14 Blockchain Applications for Business *Blockchain Applications for Business*	6 ECTS / 180 h

(seit WS24/25)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens
Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen

Inhalte:
The main focus of this course is to highlight blockchain technology and its application from a less technical and more business/economic practice oriented perspective. In terms of content, the following topics will be covered: The seminar content originates from the following areas:

- Foundations of blockchain technology and applications
- The value proposition of blockchain technology
- Blockchain applications in different areas of business
- Blockchain from a legal, ethical, societal and ecological perspective

Lernziele/Kompetenzen:
Learning Objective 1: Students will develop a basic understanding of the theoretical workings of blockchain technology and its application in various business scenarios
Learning Objective 2: Students will analyze and identify how competitive advantages can be achieved and profitably realized through the use of blockchain technology in various business management situations
Learning Objective 3: Students will be able to assess the specific application of blockchain technology in various sectors and industries and its impact on business success
Learning Objective 4: Students will analyze blockchain technology in terms of ethical, legal, environmental, and sustainability concerns and develop an understanding of related regulatory and economic challenges

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/

Der Kurs „Blockchain Applications for Business“ ist ein Online-Kurs, der im Curriculum der virtuellen Hochschule Bayern (vhb) angeboten wird. Daher wird dieser Kurs ausschließlich online betreut. Lediglich für die Absolvierung der Prüfungen ist Anwesenheit notwendig.
Zusätzliche Informationen und alles Weitere zur Anmeldung finden sich auf der Homepage der vhb: https://www.vhb.org/startseite/

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: Englischkenntnisse		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen

Blockchain Applications for Business **Lehrformen:** Vorlesung **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, SS	**3,00 SWS**
Inhalte:	

Online-Vorlesung **Literatur:** • Attaran, Mohsen and A. Gunasekaran (2019), Applications of blockchain technology in business. Challenges and opportunities, Cham: Springer. • Drescher, Daniel (2017), Blockchain basics. A non-technical introduction in 25 steps. New York, NY: Apress. • Nascimento, Alex (2019), The STO Financial Revolution, 1st edition.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten **Beschreibung:** Prüfungssprache: Englisch Prüfungsort: Bamberg	

Modul VM-M-15 Sustainability and Responsibility in Management *Sustainability and Responsibility in Management*	6 ECTS / 180 h

(seit SS25)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens
Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen

Inhalte:
1. Sustainability as a managerial challenge
2. Nature, society, and the economic system
3. Conceptualizations, models, goals, and political strategy
4. Sustainability management: Actors – resources - activities
5. Legal foundations and alternative governance
6. Causes, indicators, and solutions for environmental problems
7. Environmental safety as a task in organisations / companies
8. Corporate social responsibility: Parity in leadership
9. Sustainability as a research field

Lernziele/Kompetenzen:
Management decisions always involve comprehensive responsibility for the consequences of these decisions. In this course, we focus on the responsibility of managers in terms of sustainability. We consider both ecological challenges for management in terms of the natural environment in which companies operate, as well as social and ethical responsibility for stakeholders (employees, local communities, etc.) who are affected by management decisions. General lecture elements and specific focuses on individual topics, such as sustainable product development or gender parity, complement each other.

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/

Hinweis: Das Modul "Sustainability and Responsibility in Management" wird im SoSe 2025 letztmalig im Sommersemester angeboten. Ab dem WS 2025/26 erfolgt eine **Umstellung auf des Wintersemester**.

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Sustainability and Responsibility in Management **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**3,00 SWS**
Inhalte: Ab dem WS 2025/26 wird das Modul nur noch im Wintersemester angeboten.	

Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	

Modul VM-M-17 Designing a Life with Purpose *Designing a Life with Purpose*	6 ECTS / 180 h

(seit WS24/25)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens
Weitere Verantwortliche: Dr. Christoph Ott

Inhalte:
Designing a Life with Purpose: Using the tools of strategic thinking to design a life in line with passions and talents
• The importance of planning a future professional pathway
• Identifying one's own passions and talents
• Analysing the individual self
• Formulating purpose and working towards it
• Exercises and tools

Lernziele/Kompetenzen:
• Understanding and using tools of individual development
• Formulating a purpose for one's life
• Understanding levers of life and career development
• Developing self-confidence and self-awareness
• Being able to explain one's own career plans, passions and talents in recruiting processes

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/

Wird geblockt durchgeführt.
Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.
Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.
Das Modul kann ausschließlich von Studierenden der Studiengänge Master BWL und Master Value Chain Management & Business Ecosystems belegt werden.

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: Grundlegende Kenntnisse der englischen Sprache		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Designing a Life with Purpose **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** WS, SS	**3,00 SWS**

Prüfung Sonstiges **Beschreibung:** Portfolio ODER Hausarbeit mit Referat. Welche Prüfungsform jeweils angeboten wird, wird zu Beginn des jeweiligen Semesters (Beginn der Lehrveranstaltung) bekannt gegeben. Auch die Bearbeitungsfrist und ggf. Dauer des Referats wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.	

Modul VM-M-18 Marketing- und Vertriebscontrolling *Marketing and Sales Controlling*	6 ECTS / 180 h

(seit SS25)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens
Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen

Inhalte:
Der Kurs Marketing- und Vertriebscontrolling ist an der Schnittstelle der beiden Unternehmensdisziplinen "Marketing und Vertrieb" sowie "Controlling" angesiedelt. Ziel dabei ist es, die weitestgehend eher gegensätzlichen Denkschulen (Marketing und Vertrieb: "Steuerung des Unternehmens vom Markt her" / Controlling: "Steuerung des Unternehmens vom Ergebnis her") dieser beiden Disziplinen zusammenführen. Dabei wird insbesondere auf folgende Inhalte Bezug genommen:

- Grundlagen des Marketing- und Vertriebscontrolling
- Grundlagen des Financial Performance Managements
- Bedeutung der Marketing- und Vertriebs-Aktivitäten für zentrale Geschäftsprozesse im Unternehmen und ihre Wirkung auf die finanziellen Steuerungsgrößen
- Strategisches Marketing- und Vertriebscontrolling
- Operatives Marketing- und Vertriebscontrolling

Lernziele/Kompetenzen:
Die Studierenden sollen durch den Kurs ein tiefgreifendes Verständnis des Zusammenspiels der beiden Unternehmensdisziplinen "Marketing und Vertrieb" sowie "Controlling" erlangen und dabei den Umgang mit mathematisch-analytischen Tools zur Steuerung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten erlernen. Hierbei sind folgende Lernziele vorgesehen:

- Die Studierenden lernen das grundlegende theoretische Zusammenspiel von "Marketing und Vertrieb" sowie "Controlling" kennen und sind in der Lage die Aufgaben des Marketing-und Vertriebscontrolling zu erläutern.
- Die Studierenden erlernen die zentralen Konzepte des Financial Performance Managements und können die wichtigsten Steuerungsgrößen erläutern und berechnen.
- Die Studierenden lernen die prozessorientierte Sichtweise von Marketing- und Vertriebsaktivitäten näher kennen und können deren Auswirkung auf wichtige finanzielle Steuerungsgrößen analysieren.
- Die Studierenden verstehen die zentralen Unterschiede zwischen dem strategischen und operativen Marketing- und Vertriebscontrolling und können die jeweiligen Analyse- und Steuerungstools in beiden Bereichen anwenden.

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/

Der Kurs „Marketing- und Vertriebscontrolling“ ist ein Online-Kurs, der im Curriculum der Virtuellen Hochschule Bayern (vhb) angeboten wird. Daher wird dieser Kurs ausschließlich online betreut. Lediglich für die Absolvierung der Prüfungen ist Anwesenheit notwendig.
Zusätzliche Informationen und alles Weitere zur Anmeldung finden sich auf der Homepage der vhb: https://www.vhb.org/startseite/

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse:	**Besondere Bestehensvoraussetzungen:**
keine	

		keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Marketing- und Vertriebscontrolling **Lehrformen:** Vorlesung **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, SS **Inhalte:** Online-Vorlesung	**3,00 SWS**
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten **Beschreibung:** Prüfungssprache: Deutsch Prüfungsort: Bamberg	

Modul VM-M-25 Sustainability at the bottom of the pyramid *Sustainability at the bottom of the pyramid*	6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit SS25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens	
Lernziele/Kompetenzen: keine	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung. Das Modul kann ausschließlich von Studierenden der Studiengänge Master BWL und Master Value Chain Management & Business Ecosystems belegt werden. Hinweis: **Das Modul wird im Wintersemester 2024/25 nicht angeboten.** Interessierte erkundigen sich bitte auf der Homepage des Lehrstuhls, wann das Modul angeboten wird.	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	

Empfohlene Vorkenntnisse: Grundlegende Kenntnisse der englischen Sprache		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: 1	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Sustainability at the bottom of the pyramid **Lehrformen:** Seminar **Sprache:** Englisch **Inhalte:** Hinweis: **Das Modul wird im Wintersemester 2024/25 nicht angeboten.** Interessierte erkundigen sich bitte auf der Homepage des Lehrstuhls, wann das Modul angeboten wird.	**2,00 SWS**
Prüfung Sonstiges **Beschreibung:** Klausur oder Hausarbeit mit Referat Die Angabe der konkreten Prüfungsform erfolgt zu Beginn der Lehrveranstaltung.	

Modul VM-M-26 Corporate Responsibility and Product Management *Corporate Responsibility and Product Management*		6 ECTS / 180 h
(seit SS25) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens Weitere Verantwortliche: Dr. Alexander Löhner, wissenschaftliche Mitarbeiter/innen		
Inhalte: The lecture provides an overview of the application areas and challenges of sustainable and responsible product management in business-to-business (B2B) markets. It particularly focuses on use cases, processes, systems, and the role of organization, IT support, and controlling within process management. Additionally, legal aspects are also addressed. The conceptual foundations are illustrated in detail through numerous practical examples. Finally, new developments and future challenges are discussed, including the question of how R-strategies (e.g., recycling, reuse, or refurbishing) are changing product management.		
Lernziele/Kompetenzen: Participants understand what product management (PM) entails as a strategic concept. They grasp the steps and role of PM processes as a component of competitive strategy. They can identify the potentials and limitations of PM and understand its connections with other key concepts of corporate strategy.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Grundlegende Kenntnisse der englischen Sprache		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Corporate Responsibility and Product Management **Lehrformen:** Seminaristischer Unterricht **Sprache:** Englisch **Angebotshäufigkeit:** SS, jährlich	**3,00 SWS**
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	

Modul WiPäd-M-07 Betriebspädagogik *Human Resource Education*	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium

(seit WS21/22 bis WS24/25)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Silvia Annen

Inhalte:
Der Fokus der Betriebspädagogik liegt auf Lehr- und Lernprozessen in Unternehmen. In diesem Modul richtet sich der Blick auf das lebenslange (insbesondere auch non-formale und informelle) Lernen und es steht verstärkt die Gruppe erwachsener Lernender im Mittelpunkt. Aufgrund der zunehmend dynamischen Anforderungen hinsichtlich der Entwicklung von Wissen und Kompetenzen sowie der sich verändernden Arbeitsumgebungen gewinnen betrieblicher Bildungs- und Entwicklungsprozesse zunehmend an Bedeutung. Vor allem arbeitsplatznahen, individualisierten und beratungsorientierten Lehr-Lernformen wird zukünftig ein hoher Stellenwert beigemessen. Der Schwerpunkt des Moduls liegt dementsprechend auf Lern- und Entwicklungsprozessen in organisatorischen Kontexten sowie der pädagogisch begründeten Implementierung dieser. Zentral für das Modul ist die Frage, wie Wissen und Kompetenzen in einem Unternehmen vermittelt werden können, wie die entsprechenden Lernprozesse gestaltet und wie deren Ergebnisse im Hinblick auf ihre Wirksamkeit evaluiert werden können.

Lernziele/Kompetenzen:
- Die Studierenden verstehen die Relevanz und Spezifik einer betriebspädagogischen Perspektive auf Lern- und Entwicklungsprozesse.
- Die Studierenden kennen und bewerten Theorien sowie den Stand der Forschung zu Lern- und Entwicklungsprozessen über die Lebensspanne, insbesondere in organisationalen Kontexten und betrieblichen Arbeitsumgebungen.
- Die Studierenden analysieren betriebliche Rahmenbedingungen und erkennen deren Einfluss auf die Gestaltung betrieblicher Bildungsprozesse.
- Die Studierenden kennen Ansätze zur Gestaltung von Lernprozessen und -umgebungen in betrieblichen Arbeitskontexten und können diese vor dem Hintergrund betrieblicher Kontextbedingungen umsetzen und reflektieren.
- Die Studierenden verstehen die Zusammenhänge zwischen der innovativen Gestaltung betrieblicher Arbeits- und Geschäftsprozesse (Mesoebene; Organisationsentwicklung) und der Veränderung der Tätigkeiten und Kompetenzprofile (Mikroebene; Change Management) der Mitarbeiter. Sie können entsprechende Arbeits-, Lern- und Entwicklungsprozesse gestalten.
- Die Studierenden kennen und bewerten verschiedene betriebliche Qualifizierungskonzepte der Personalentwicklung sowie alternative Instrumente zur Bewertung von Arbeitsleistungen.
- Die Studierenden kennen und bewerten Ansätze der Qualifikationsbedarfsanalyse sowie der Kompetenzbilanzierung in Organisationen bzw. in Unternehmen und können diese anwenden.
- Die Studierenden analysieren und reflektieren theorie- und forschungsgeleitet Gestaltungsmöglichkeiten individuellen Lernens in Organisationen bzw. am Arbeitsplatz, individualisierter und beratungsorientierter Lehr-Lernformen sowie Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen.

Sonstige Informationen:
http://www.uni-bamberg.de/wipaed/leistungen/studium/

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:
keine

Empfohlene Vorkenntnisse: keine		**Besondere Bestehensvoraussetzungen:** keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	**Empfohlenes Fachsemester:**	**Minimale Dauer des Moduls:** 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Betriebspädagogik **Lehrformen:** Hauptseminar **Sprache:** Deutsch **Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich	**3,00 SWS**
Literatur: Themenspezifische Literaturhinweise erfolgen im Hauptseminar.	
Prüfung Hausarbeit mit Referat **Beschreibung:** Bearbeitungsfrist der Hausarbeit: 6 Wochen, empfohlener Umfang: 15 Seiten. Dauer des Referats: ca. 15 Minuten.	