



## Modulbeschreibung

Stand: 09.07.2019

**Modulnummer:**

MBM 10101 + MBM 10201

**Modulbezeichnung:**

Strategisches Beschaffungsmanagement I:  
Beschaffungs-IT & Digitalisierung des Einkaufs

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

$(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,75$

**Modulverantwortlicher:**

Prof. Dr. Zeisel

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

1. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**

Klausurarbeit (1 stündig) und Hausarbeit

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

./.

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

Das Modul findet Anwendung in folgenden Modulen: Strategisches Beschaffungsmanagement II/ (MBM 20101), International Procurement (MBM 20402), Aktuelle Fragestellungen des Beschaffungsmanagement (MBM 30101), Wertorientiertes Beschaffungsmanagement (MBM 30102)

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.

**Zu erwerbende Kompetenzen:**



## Modulbeschreibung

Stand: 09.07.2019

Die Studierenden erhalten ein Gesamtverständnis über die Ablauforganisation in der Beschaffung und die Potenziale, die Einkaufs-IT für verschiedene Prozessschritte bietet. Sie können die Vorteilhaftigkeit von einzelnen IT-Modulen in der Beschaffung abwägen und können einzelne Software-Werkzeuge aktiv anwenden. Die Studierenden verstehen anhand welcher Kriterien Beschaffung organisiert und strukturiert werden kann.

Die Studierenden sollen zudem erkennen, wie sich die Beschaffungsorganisation durch die Digitalisierung verändert, und welche neuen Anforderungen an die Mitarbeiter dadurch entstehen. Eine Einführung in Big Data und Data Science für den Einkauf rundet die Veranstaltung ab.

### Inhalte des Moduls:

Beschaffungs-IT

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

Präsenzstunden: 60h, Selbststudium (Vorbereitung): 30h, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60h

---

### Modulteil A: Der Source-to-Pay Prozess

#### Dozent:

Prof. Dr. Zeisel

#### Art der Lehrveranstaltung:

Seminaristische Veranstaltung

#### Lehrsprache:

Deutsch

#### Inhalt:

Die Studierenden erhalten ein Gesamtverständnis über die Ablauforganisation im Einkauf und welche IT Systeme verschiedene Prozessschritte unterstützen können:

- Source-to-Contract Prozess
  - o eSourcing/eAuction
  - o Vertragsdatenbank
  - o Projektmanagement/Einsparmessung
- Procure-to-Pay Prozess
  - o Katalogmanagement
  - o Bestellmanagement
  - o eInvoicing
- Digitalisierung der Beschaffung
- Big Data und Data Science im Einkauf

### Modulteil B: Übung Beschaffungs-IT

#### Dozent:



## **Modulbeschreibung**

Stand: 09.07.2019

Birgit Lankes

**Art der Lehrveranstaltung:**  
Übung

**Lehrsprache:**  
Deutsch



## Modulbeschreibung

Stand: 09.07.2019

### Inhalt:

Anhand von praktischen Beispielen, insbesondere SAP, lernen die Studierenden, wie in Unternehmen End-to-End Prozesse realisiert werden können.

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

- Skript

Ergänzend:

- Nowosel, K.; et. (2015): Procurement's next frontier, accenturestrategy
- Berz, G. (2007): Spieltheoretische Verhandlungs- und Auktionsstrategien, Schäffer Poeschel Verlag, Stuttgart
- Provost, F.; Fawcett, T. (2013): Data Science for Business, O'Reilly, Sebastopol
- BME (Hrsg.), (2008): Best Practice in Einkauf und Logistik, 2. Auflage Gabler Verlag, Wiesbaden
- Best in Procurement (BIP), (2016): eSolutions Report 2016, BME e.V.
- IML Frauenhofer; BME e.V. (Hrsg.), (2016): Vorstudie Einkauf 4.0 – Digitalisierung des Einkaufs
- Heilig, L.; Kessler, T.; Knötzele, T. (2013): SAP NetWeaver BW und SAP BusinessObjects. Das umfassende Handbuch, 2. Aufl., Bonn u.a.
- Schnider, D.; Jordan, C.; Welker, P.; Wehner, J. (2106): Data Warehouse Blueprints. Business Intelligence in der Praxis, München
- Grossmann, W.; Rinderle-Ma, S. (2015): Fundamentals of Business Intelligence, Heidelberg u.a.
- Koch, A.; Muschinski, W.; Zeisel, S. (2017): Weniger „Hidden“ mehr „Champion“ – Einkauf im Mittelstand; in: Beschaffung aktuell, Mai, S. 22-25
- Koch, A.; Muschinski, W.; Zeisel, S. (2017): Beschaffungsdigitalisierung im Mittelstand, in: BIP – Best in Procurement, Ausgabe 5, September/Oktober, S. 50-52

### Besonderes:

Gute Englisch-Kenntnisse

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

### Modulnummer:

MBM 10102, MBM 10202, IMM 101

### Modulbezeichnung:

Marketing I

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

(5 CP / 90 CP)\*0,75

### Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Geise

### Studiengang:

MBM, IMM

### Semester:

1. Fachsemester

### Angebotsturnus:

jedes Semester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

Wahlpflichtmodul

### Art der Prüfung:

Schriftliche Klausurarbeit (58%) Projektarbeit (42%)

---

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Kenntnisse über die Grundlagen des Marketing, d. h. im Einzelnen:

- Kenntnisse über die charakteristischen Merkmale des Konzepts der marktorientierten Unternehmensführung
- Kenntnisse über die Bedeutung der Käuferverhaltensforschung für das Marketing und deren Fragestellungen
- Kenntnisse über die Aufgaben des Marketing-Managements und die zentralen Elemente des Marketing-Managementprozesses (Marketing-situation, -Zielgruppen, Marketing-Ziele, -Strategien, -Instrumente, -Controlling, -Organisation)
- Kenntnisse über Datenerhebungs- und -auswertungsmethoden im Rahmen der Marktforschung
- Kenntnisse über marketingspezifische Planungs- und Entscheidungsmethoden/-modelle (Produktlebenszyklusmodell, Produktportfoliomethode, SWOT-Methode, ABC-Methode etc.)

Zur Vorbereitung werden folgende Grundlagenwerke des Marketing empfohlen:

Meffert, H./Burmans, C./Kirchgeorg, M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Aufl., SpringerGabler Verlag 2019 (in unserer Bibliothek als eBook vorhanden)

Homburg, C.: Marketingmanagement, n.A., SpringerGabler Verlag (in unserer Bibliothek als eBook vorhanden)



Stand: 06.05.2020

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

./.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Master Business Management  
Master Internationales Marketing

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden erwerben fachspezifisches Wissen auf dem Gebiet des Marken- und Value-Managements einschließlich der fachspezifischen Methoden. Sie sind fähig, wissenschaftliche Erkenntnisse und Methoden zur Lösung anwendungsbezogener operativer und strategischer Fragestellungen des Marken- und Value-Managements problembezogen auszuwählen und anzuwenden. Sie erwerben die Fähigkeit, Ziele des Marken- und Value-Managements zu definieren und zu begründen. Sie sind fähig, Handlungsprozesse im Rahmen des Marken- und Value-Managements zu identifizieren, zu beurteilen und zu optimieren. Sie sind fähig, durch die vertiefte Auseinandersetzung mit den theoretischen Aspekten des Marken- und Value-Managements anwendungsbezogene Fragestellungen im Rahmen von Gruppenarbeit zu lösen. Die Studierenden verbessern die Fähigkeit, Ergebnisse der Gruppenarbeit zu präsentieren.

Die Studierenden sind fähig, komplexe Sachverhalte des Marken- und Value-Managements überzeugend auf nationaler und internationaler Ebene darzustellen. Sie sind fähig, im Rahmen des Value-Managements Budgets für Fachbereiche bzw. das Unternehmen zu planen und passende Organisations- und Personalentwicklungsmaßnahmen festzulegen.

### Inhalte des Moduls:

- Theoretische und anwendungsbezogene Inhalte des Marken- und Value-Managements
- Methoden und Modelle des Marken- und Value-Managements
- Operative und strategische Fragestellungen des Marken- und Value-Managements

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

### Modulteil a:

Markenmanagement

### Dozent:

Prof. Dr. Geise

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

### Lehrsprache:

Deutsch

### Inhalt:

- Markenbegriff, Aufgaben der Markenführung, Rahmenbedingungen der Markenführung
- Ziele und Steuerungsgrößen der Markenführung (Markenwissen, Markenimage, Markenidentität, Markenpositionierung, Markentreue etc.)
- Markenstrategien (Einzel-, Familien-, Dachmarkenstrategie, Markenarchitekturen, Markendehnung, Markenallianzen, Markenlizenzierung etc.)
- Markenwert



Stand: 06.05.2020

## Verwendete Literatur:

### Pflicht:

Baumgarth, C.: Markenpolitik, n. A., Wiesbaden, Bruhn, M. (Hg.): Handbuch Markenführung, Bd. 1-3, 2. Aufl., Wiesbaden 2004, Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, n. A., München; Esch, F.-R. (Hg.): Moderne Markenführung, n. A., Wiesbaden.

### Ergänzend:

Aaker, D.A.: Building Strong Brands, New York 1996; Aaker, D.A./Joachimsthaler, E.: Brand Leadership, New York 2002; Aggrawal, S. : Brand Management, New Dehli 2008; Bauer, H.H. u.a. (Hg.): Erfolgsfaktoren der Markenführung, München 2008; Esch, F.-R. (Hg.): Best Practice der Markenführung, Wiesbaden 2009; Elliott, R.: Strategic Brand Management, Oxford 2007; Elliot, R. (Hrsg.): Brands and Brand Management, 4 Bde., London 2009; Florack, A. u.a. (Hg.): Psychologie der Markenführung, München 2007; Hedning, T. et al.: Brand Management, London 2009; Hellmann, K.-U.: Soziologie der Marke, Frankfurt/M. 2003; Kapferer, J.-N.: The New Strategic Brand Management, n.A., London; Keller, K.L.: Strategic Brand Management, n.A., Upper Saddle River, NJ; Kotler, P./Pfoertsch, W.: B2B Brand Management, New York 2006; Loken, B.: Brands and Brand Management, New York 2010; MacInnis, D.J. u.a. (Hg.): Handbook of Brand Relationships, Armonk 2009; Perry, J./Meyer, T.: Mega-Macht Marke, 3. Aufl., Heidelberg 2011; Meffert, H./Burmans, C./Koers, M. (Hg.): Markenmanagement, n.A., Wiesbaden; Riesenbeck, J./Perry, J.: Power Brands, Weinheim 2009; Riezebos, R. et al.: Brand Management, Harlow 2003; Sattler, H./Völckner, F.: Markenpolitik, n.A., Stuttgart; Sengupta, P.: Product and Brand Management, Dehli 2009.

## Besonderes:

./.

---

## Modulteil b:

Value-Management

## Dozentin:

Prof. Dr. Kortus-Schultes

## Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

## Lehrsprache:

Deutsch / Englisch

## Inhalt:

Value Management: Fitting Strategy to Company Based Competencies and Customer Value Propositions

Definition: Geschäftsmodelle

Leistungskonzept bzw. die Ausfächerung von Value Propositions

Wertschöpfungskonzept (Value Creation)

Wertschöpfungsarchitekturen

Kanäle (Value Communication & Value Transfer)

Ertragsmodelle (Value Capture)

Wertverteilung (Value Dissemination)

Entwicklungskonzept (Value Development)

Bestimmung der Komponenten von Geschäftsmodellen

Identifikation und Analyse der Faktoren, die Transformation von Geschäftsmodellen auslösen

Theoriegeleitete Lösung eines Business Case



Stand: 06.05.2020

### Verwendete Literatur:

#### Pflicht:

Bieger, T.; zu Knyphausen-Aufseß, D.; Krys, C.: Innovative Geschäftsmodelle. Konzeptionelle Grundlagen, Gestaltungsfelder und unternehmerische Praxis; Springer Verlag, Berlin-Heidelberg 2011  
Evans, D.S.; Schmalensee, R.: Matchmakers. The New Economics of Multisided Platforms; Harvard Business Review Press; Boston, Mass.; 2016  
Parker, G.G.; van Alstyne, M.W.; Choudary, S.P.: Die Plattform-Revolution. Von Airbnb, Uber, PayPal und Co. Lernen: wie neue Plattform-Geschäftsmodelle die Wirtschaft verändern; mitp Verlag 2017

#### Ergänzend:

Becker, W.; Eierle, B.; et al. (Hrsg.): Geschäftsmodelle in der digitalen Welt. Strategien, Prozesse und Praxiserfahrungen; SpringerGabler Verlag 2019 (über unsere Bibliothek als eBook verfügbar)  
Zeng, Ming: Smart Business. What Alibaba's Success Reveals About the Future of Strategy; Harvard Business Review Press; Boston, Mass., 2018

### Besonderes:

Jedes Semester lösen die Studierenden in Teams mit je vier Mitgliedern einen auf das vermittelte Theoriegebäude abgestimmten Business Case. Häufig wird dieser Business Case zusammen mit Forschungspartnern aus der Forschungsgesellschaft Kraftfahrwesen, Aachen (fka) an der RWTH Aachen, formuliert, die dann einen Themenspezifischen, Technik-orientierten Vortrag anlässlich des Kick off Meetings beisteuern und auch zur Ergebnispräsentation anwesend sind.



## Modulbeschreibung

Stand: 06.05.2020

**Modulnummer:**

MBM 10103 / MBM 10203

**Modulname:**

Controlling I

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

$(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,75$

**Verantwortlicher:**

Prof. Dr. Krause

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

1. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Prüfung:**

Schriftliche Klausurarbeit / Hausarbeit

---

**Voraussetzungen:**

Grundsätzliche Kenntnisse zur strategischen und operativen Unternehmensführung (Ziele und Aufgaben)

Grundsätzliche Kenntnisse zu datenliefernden Systemen und/oder Datenquellen für die Kennzahlenermittlung, z.B. Inhalt/Aufbau von Bilanz und GuV

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

nicht relevant

**Zu erwerbende Kompetenzen:**

Kritische Auseinandersetzung mit den präsentierten Thematiken, ggf. mit dem Ziel der Weiterentwicklung/der Anpassung/der Kombination von Methoden/Instrumenten in Bezug auf spezifische Unternehmenserfordernisse ("Wissenschaftlicher Fortschritt")

Transfer von theoretischen Kenntnissen des strategischen Controlling in praktische Fälle und Lösungen



## **Modulbeschreibung**

Stand: 06.05.2020

Anpassung und praxis-/unternehmensgerechter Einsatz der strategischen Controllinginstrumente  
Mitarbeit an der bzw. Entwicklung und Bewertung von Strategien  
Umsetzung von Analyseergebnissen in Maßnahmenvorschläge



## Modulbeschreibung

Stand: 06.05.2020

### Inhalte des Moduls:

Strategisches Controlling und Unternehmensführung  
Ausprägung von Unternehmensstrategien  
Strategischer Planungs- und Kontrollprozess  
Ziele und Aufgaben des strategischen Controllings  
Instrumente/Methoden des strategischen Controllings  
Praktische Fälle, Fallbeispiele, Fallstudien zum Einsatz von strategischen Controllinginstrumenten

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung/ 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

### Dozent:

Prof. Dr. Krause

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

### Sprache:

Deutsch

### Inhalt:

1. KOORDINATION UND METHODISCHE UNTERSTÜTZUNG DES STRATEGISCHEN PLANUNGS-PROZESSES
  - 1.1 Strategische Analyse von Umwelt und Unternehmen
  - 1.2 Formulierung und Umsetzung von Strategien
  - 1.3 Risikomanagement und Risikocontrolling
  
2. ENTWICKLUNG UND ANPASSUNG STRATEGISCHER INSTRUMENTE UND TECHNIKEN
  - 2.1 Strategische Planungs- und Analysetechniken
  - 2.2 Balanced Scorecard
  - 2.3 Target Costing
  - 2.4 Benchmarking
  - 2.5 Frühwarnsysteme

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

Skript zum Thema: Strategisches Controlling

Graumann, M.: Controlling, ab 2. Auflage

Horvath, P.: Controlling, ab 11. Auflage

Reichmann, Th.: Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten, ab 7. Auflage

Ergänzend:

Heuer, K.: Controlling, München 2011

Kralicek, P.: Kennzahlen für Geschäftsführer, 4. Aufl., Wien/Frankfurt 2008

Schröder, E.: Modernes Unternehmens-Controlling, ab 7. Auflage

Weber, J.: Einführung in das Controlling, ab 12. Aufl.



## **Modulbeschreibung**

Stand: 06.05.2020

Ziegenbein, K.: Kompakt-Training Controlling, ab 3. Auflage

### **Besonderes:**

./.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 15.07.2019

### Modulnummer:

MBM 10104 MBM 10204

### Modulbezeichnung:

Human Resource Management I

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

(5 CP / 90 CP)\*0,75

### Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Müller-Vorbrüggen

### Studiengang:

MBM

### Semester:

1. Fachsemester

### Angebotsturnus:

jedes Semester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

Wahlpflichtmodul

### Art der Prüfung:

Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)

---

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Die Teilnehmer/innen verfügen

- über betriebswirtschaftliches Basiswissen,
  - über Qualifikationen auf den Gebieten Mathematik, Statistik, Volkswirtschaftslehre, Steuern, Wirtschaftsrecht und Wirtschaftsinformatik,
  - über ein interkulturelles Bewusstsein und
  - über Sozialkompetenzen zur Verhandlungsführung, zur Präsentation von Problemen und Lösungen, zum Moderieren und Leiten von Sitzungen, zum Projektmanagement und zur Führung aus einem zuvor erfolgreich absolvierten wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang.
- Sie haben in diesem Studiengang zudem die Fähigkeit zur Erschließung neuer Gebiete der Wirtschaftswissenschaften und zur selbstständigen Weiterbildung erlangt.
- Ferner haben sie diese Kompetenzen bereits während oder nach dem zuvor absolvierten Studium erfolgreich in der betrieblichen Praxis erprobt.

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

Anwendung in dem Modul Human Resource Management II

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.



Stand: 15.07.2019

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden erwerben die Fachkompetenz, das Human Resource Management in die Unternehmenspolitik zu integrieren. Sie lernen das Personalmanagement als strategischer Partner der Unternehmensleitung zu begreifen und zu gestalten. Darin versteht sich die Personalabteilung als eine interne Serviceeinheit für die Unternehmensleitung und die Führungskräfte.

Sie werden befähigt, ihr Wissen um das Human Resource Management in verantwortlichen Aufgaben in eigenständiges Handeln umzusetzen und ihre Aktivitäten kritisch zu reflektieren.

Daneben werden Kommunikations-, Präsentations- und Teamfähigkeit, soziale und analytische Kompetenzen erlernt sowie wissenschaftliche Recherche- und Arbeitstechniken vermittelt.

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen des Human Resource Management zu erkennen, zu bewerten und aktiv in der Personalarbeit einzusetzen.

### Inhalte des Moduls:

- deutsches und europäisches Arbeitsrecht
- Betriebsverfassungsgesetz
- Freisetzung
- Arbeitsverträge
- Betriebsübergänge
- Tarifrecht
- Sozialrecht
- Personalleasing
- aktuelle Rechtsprechungen

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

### Modulteil a:

Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen des Personalmanagements

### Dozentin:

Prof. Dr. XXX

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

### Lehrsprache:

Deutsch

### Prüfung:

Hausarbeit

### Inhalt:

Im Seminar werden die arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen aktueller Fragestellungen des Human Resource Management dargestellt und diskutiert, an denen sich moderne Personalarbeit in Unternehmen und Organisationen orientieren muss. Die Themenschwerpunkte werden ausgehend vom Wissens- und Erfahrungsstand der Teilnehmer mit diesen gemeinsam festgelegt. Im einzelnen geht es um Themen wie Kurzarbeit, Personalleasing, Besondere Themen der Betriebsverfassung und des Tarifrechts, Europäischer Betriebsrat, Sprecherausschuss der Leitenden etc.

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

BGB Bürgerliches Gesetzbuch, Beck-Texte im dtv, neueste Aufl.

Arbeitsgesetze, Beck-Texte im dtv, neueste Aufl.

Ergänzend:



Stand: 15.07.2019

Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M.: Arbeitsrecht, Stuttgart  
Hanau, P./Adomeit, K.: Arbeitsrecht, Neuwied u. a.  
Junker, A.: Grundkurs Arbeitsrecht, München  
Senne, P.: Arbeitsrecht, Neuwied.

Jeweils in aktueller Aufl.

### Besonderes:

./.

---

### Modulteil b:

Schwerpunkte des Human Resource Management

### Dozent:

Prof. Dr. Müller-Vorbrüggen

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

### Lehrsprache:

Deutsch

### Prüfung:

Präsentation und Handout

### Inhalt:

Das Human Resource Management als aktiv zu gestaltendes, methodisch und inhaltlich fundiertes System eines Unternehmens mit interdependenten Aufgabenfeldern wird anhand zeitgenössischer Entwicklungen und Trends in der Wissenschaft und Praxis aufgearbeitet. Aktuell stehen dabei folgende Inhalte im Mittelpunkt:

- Strategisches Personalmanagement
- Personalvermögensrechnung
- HR Business Partner
- Qualitätssysteme im Personalmanagement
- Evaluation
- Führungsethik
- Personalcontrolling
- Wirtschaftsethik

Diese Themen werden in ihren

- ökonomischen,
  - wirtschaftspädagogischen
  - organisationspsychologischen
- Dimensionen beleuchtet und vertieft.

### Verwendete Literatur:

Jeweils neueste Ausgaben von :

Pflicht:

Scholz, C., Personalmanagement, München  
Berthel, J./Becker, F. G., Personal-Management, Stuttgart  
Stock-Homburg, Ruth; Wolf, Britta (Hg.) Handbuch strategisches Personalmanagement



Stand: 15.07.2019

Ergänzend:

Klinkhammer, H. (Hrsg.), Personalstrategie, Neuwied  
Noll, B., Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft, Stuttgart  
Weinert, A. B., Organisations- und Personalpsychologie, aktuelle Auflage, Weinheim,  
Bröckermann, R./Müller-Vorbrüggen, M.(Hg.), Qualitätsaspekte im Personalmanagement, Stuttgart  
Müller-Vorbrüggen, Michael; Radel, Jürgen (Hg.): Handbuch Personalentwicklung, Stuttgart  
Doppler/Lauterburg, Change Management, Frankfurt/M.  
Gust, M./Weiß, R., Bildungscontrolling, München  
Becker, M., Messung und Bewertung von Humanressourcen, Stuttgart  
Welge, Martin K.; Al-Laham, Andreas: Strategisches Management, Wiesbaden.  
Becker Manfred: Messung und Bewertung von Humanressourcen, Stuttgart.  
Wunderer, Rolf; Jaritz, Andre: Unternehmerisches Personalcontrolling, Köln.  
Meifert T., Matthias: Strategische Personalentwicklung, Heidelberg.  
Zech, Rainer: Handbuch Qualität in der Weiterbildung, Weinheim.  
Claßen, Martin; Kern, Dieter: HR Business Partner, Köln.

und weitere themenspezifische Literatur, die im Seminar bekannt gegeben wird

**Besonderes:**

./.



Date: 06.05.2020

**Module code:**

MIM 101, MBM 20105, IMM 102

**Module name:**

International Management I

**Contact hours:**

4 lecture hours per week

**Credits:**

5 CP

**Weighting:**

(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Module coordinator:**

Prof. Dr. Winnewisser

**Course of study:**

MIM; MBM; IMM

**Intended semester:**

1 semester

**Semester frequency:**

Each Semester

**Duration:**

1 Semester

**Type of Module:**

Optional compulsory subject

**Examination:**

Written examination

---

**Prerequisites:**

Basic knowledge of business studies, economics, law, languages, international business

**Applicability of this module in the same study programme:**

./.

**Applicability of this module to other study programmes:**

The module is also offered in:  
Master Business Management  
Master Internationales Marketing  
Master International Management

**Objectives; competencies to be gained**

Students will acquire skills to work independently and to assume responsibility in multinational corporations. Students will learn to assess the opportunities and risks of international transactions (Export-Import).

**Module content:**

“Managing in an international environment”



Date: 06.05.2020

**Total workload:**

Lectures: 60 hours / Pre lecture 30 hours, Post lecture 60 hours

---

**Module Part I:**

Global Business Environment

**Lecturer:**

Prof. Dr. Winnewisser

**Teaching method:**

Seminar

**Language of instruction:**

English

**Module content:**

- Essentials of foreign trade
- Relevance and concept of internationalization
- Understanding international economic developments and their impact on the enterprise
- Global organization
- Culture 2.0: The fine print of doing business abroad
- Short- and long term financing in international trade

**Teaching/ Reading material:**

Compulsory:

Comprehensive lecture notes (On English)

Additional material/ recommended reading:

Jahrmann, F.-U.: Außenhandel, 13. Auflage, Kiehl Verlag, 2010

Kutschker, M., Schmid, S.: Internationales Management, 7. Auflage, Oldenbourg, 2010

Deresky, H.: International Management. Managing Across Borders and Cultures. Text and Cases, 7th edition, Prentice Hall, 2010

Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M.: International Economics, 9th edition, Prentice Hall, 2011

Salvatore, D.: Introduction to International Economics, 2nd edition, John Wiley & Sons, 200

**Misc:**

Discussions on current articles relating to the topic

---

**Module Part II:**

Strategic International Sourcing

**Lecturer:**

Prof. Dr. Koch

**Teaching method:**

Seminar

**Language of instruction:**

English / German



Date: 06.05.2020

**Module content:**

Relevance of and reasons for Global Sourcing, International Procurement Strategies, International Supplier Management, Strategic Project Management for introducing Global Sourcing

**Teaching/Reading material:**

Compulsory:

Arnolds, H./ Heege, F./Röh, C./Tussing, W., Materialwirtschaft und Einkauf – Grundlagen, Spezialthemen, Übungen, Wiesbaden 2010

Additional material/ Recommended reading

BME (Hrsg.), Best Practice in Einkauf und Logistik, Wiesbaden 2008

Kerkhoff, Gerd, Zukunftschance Global Sourcing: China, Indien, Osteuropa, Weinheim 2005

Buck, Nina Alexandra, Die Global Sourcing Strategie: Nutzen und Organisation des globalen Einkaufs, Saarbrücken 2007

Gruschwitz, A. Global Sourcing

Hallen, L., International Industrial Purchasing

Kaufmann, L., Internationales Beschaffungsmanagement

**Misc.:**

Guest lecture by IHK (Chamber of Commerce) relating to customs topics, visit to customs office.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 03.01.2019

### Module code:

MBM 10101, 10201

### Module name:

Volkswirtschaftslehre I (Regional Economics)

### Contact hours:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Weighting:

(5 CP / 90 CP)\*0,75

### Module coordinator:

Prof. Dr. Rüdiger Hamm

### Study program:

Master Business Management

### Intended semester:

1 semester

### Semester frequency:

Each semester

### Duration:

One semester

### Type of Module:

Optional major subject

### Examination:

Presentation + written exam

---

### Prerequisites:

Basic knowledge of microeconomic and macroeconomic relationships

### Applicability of this module to other study programs Studiengänge:

This module can be used for all economic study programs to deepen knowledge in general economics in a regional context

### Objectives; competencies to be gained:

Students ...

- ... will be enabled to understand and explain firms' and households' locational choice and the consequences of these individual decisions for the spatial distribution of economic activity.
- ... will become acquainted with most important theories to explain regional economic development and structural change on the regional level.
- ... will get to know empirical methods to analyse important research questions from regional economics.
- ... will be enabled to use their new knowledge and competencies in discussions of research results and their consequences for regional economic policy.



Stand: 03.01.2019

**Total workload:**

60 h Lectures/ 30 h Pre Lecture/ 60 h Post Lecture

---

**Lecturer:**

Prof. Dr. Rüdiger Hamm

**Teaching method:**

Lecture/Seminar

**Language of instruction:**

English

**Content/Topics:**

1. Introduction
2. Location Theory
  - 2.1. Firm's Location Decisions
  - 2.2. Household's Location Decisions
3. Spatial Distribution of Activities
  - 3.1. Agglomeration Economies
  - 3.2. The Cluster-Concept
  - 3.3. Related Variety
  - 3.4. New Economic Geography
  - 3.5. Creative Class
4. Regional Developments
  - 4.1. Regional Growth
    - 4.1.1. Neoclassical Regional Growth
    - 4.1.2. The Economic Base Model
    - 4.1.3. Growth-Pole Theories
    - 4.1.4. Regional Innovation Systems (RIS)
  - 4.2. Regional Structural Change
    - 4.2.1. Regional Structures and Structural Change
    - 4.2.2. Structural Change in Mönchengladbach and Middle Lower Rhine Region
    - 4.2.3. Explaining Structural Change
    - 4.2.4. Regional Structures and Growth: Shift-share Analysis



Stand: 03.01.2019

### Literature:

- Capello, R. (2016): Regional Economics. 2nd Edition. Abingdon.
- Fahrhauer, O. / Kröll, A. (2014): Standorttheorien: Regional- und Stadtökonomik in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Wiesbaden.
- Eckey, H.-F. (2008): Regionalökonomie. Wiesbaden.
- Maier, G. / Tödtling, F. (2012): Regional- und Stadtökonomik 1, Standorttheorie und Raumstruktur. 5. aktualisierte Auflage, Wien, New York.
- Maier, G. / Tödtling, F. / Trippel, M. (2012): Regional- und Stadtökonomik 2: Regionalentwicklung und Regionalpolitik, 4. aktualisierte Auflage, Wien, New York.
- McCann, Ph.(2013): Modern Urban and Regional Economics. Oxford.

Furthermore, empirical studies will be recommended and provided during the course.

### Misc.:

The relevant contents are communicated by using a combination of theory and empirical case studies. In most cases examples and case studies are based on research done in the Niederrhein Institute for Regional and Structural Research (NIERS) for Northrhine-Westphalian regions. Aim is to have a close interconnection between university teaching and applied research.

---

## Modulbeschreibung

Stand: 09.07.2019

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

**Modulnummer:**

MBM 10101 + MBM 10201

**Modulbezeichnung:**

Strategisches Beschaffungsmanagement I:  
Beschaffungs-IT & Digitalisierung des Einkaufs

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

$(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,75$

**Modulverantwortlicher:**

Prof. Dr. Zeisel

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

1. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**

Klausurarbeit (1 stündig) und Hausarbeit

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

./.

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

Das Modul findet Anwendung in folgenden Modulen: Strategisches Beschaffungsmanagement II/ (MBM 20101), International Procurement (MBM 20402), Aktuelle Fragestellungen des Beschaffungsmanagement (MBM 30101), Wertorientiertes Beschaffungsmanagement (MBM 30102)

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.

**Zu erwerbende Kompetenzen:**

Die Studierenden erhalten ein Gesamtverständnis über die Ablauforganisation in der Beschaffung und die Potenziale, die Einkaufs-IT für verschiedene Prozessschritte bietet. Sie können die Vorteilhaftigkeit von einzelnen IT-Modulen in der Beschaffung abwägen und können einzelne Software-Werkzeuge

## Modulbeschreibung

Stand: 09.07.2019

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

aktiv anwenden. Die Studierenden verstehen anhand welcher Kriterien Beschaffung organisiert und strukturiert werden kann.

Die Studierenden sollen zudem erkennen, wie sich die Beschaffungsorganisation durch die Digitalisierung verändert, und welche neuen Anforderungen an die Mitarbeiter dadurch entstehen. Eine Einführung in Big Data und Data Science für den Einkauf rundet die Veranstaltung ab.

### Inhalte des Moduls:

Beschaffungs-IT

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

Präsenzstunden: 60h, Selbststudium (Vorbereitung): 30h, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60h

---

### Modulteil A: Der Source-to-Pay Prozess

#### Dozent:

Prof. Dr. Zeisel

#### Art der Lehrveranstaltung:

Seminaristische Veranstaltung

#### Lehrsprache:

Deutsch

#### Inhalt:

Die Studierenden erhalten ein Gesamtverständnis über die Ablauforganisation im Einkauf und welche IT Systeme verschiedene Prozessschritte unterstützen können:

- Source-to-Contract Prozess
  - o eSourcing/eAuction
  - o Vertragsdatenbank
  - o Projektmanagement/Einsparmessung
- Procure-to-Pay Prozess
  - o Katalogmanagement
  - o Bestellmanagement
  - o eInvoicing
- Digitalisierung der Beschaffung
- Big Data und Data Science im Einkauf

### Modulteil B: Übung Beschaffungs-IT

#### Dozent:

Birgit Lankes

#### Art der Lehrveranstaltung:

Übung

#### Lehrsprache:

## **Modulbeschreibung**

Stand: 09.07.2019

Deutsch

**Hochschule Niederrhein**  
University of Applied Sciences



**Wirtschaftswissenschaften**  
Faculty of Business Administration  
and Economics

## Modulbeschreibung

Stand: 09.07.2019

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

### Inhalt:

Anhand von praktischen Beispielen, insbesondere SAP, lernen die Studierenden, wie in Unternehmen End-to-End Prozesse realisiert werden können.

### Verwendete Literatur:

#### Pflicht:

- Skript

#### Ergänzend:

- Nowosel, K.; et. (2015): Procurement's next frontier, accenturestrategy
- Berz, G. (2007): Spieltheoretische Verhandlungs- und Auktionsstrategien, Schäffer Poeschel Verlag, Stuttgart
- Provost, F.; Fawcett, T. (2013): Data Science for Business, O'Reilly, Sebastopol
- BME (Hrsg.), (2008): Best Practice in Einkauf und Logistik, 2. Auflage Gabler Verlag, Wiesbaden
- Best in Procurement (BIP), (2016): eSolutions Report 2016, BME e.V.
- IML Frauenhofer; BME e.V. (Hrsg.), (2016): Vorstudie Einkauf 4.0 – Digitalisierung des Einkaufs
- Heilig, L.; Kessler, T.; Knötzele, T. (2013): SAP NetWeaver BW und SAP BusinessObjects. Das umfassende Handbuch, 2. Aufl., Bonn u.a.
- Schnider, D.; Jordan, C.; Welker, P.; Wehner, J. (2106): Data Warehouse Blueprints. Business Intelligence in der Praxis, München
- Grossmann, W.; Rinderle-Ma, S. (2015): Fundamentals of Business Intelligence, Heidelberg u.a.
- Koch, A.; Muschinski, W.; Zeisel, S. (2017): Weniger „Hidden“ mehr „Champion“ – Einkauf im Mittelstand; in: Beschaffung aktuell, Mai, S. 22-25
- Koch, A.; Muschinski, W.; Zeisel, S. (2017): Beschaffungsdigitalisierung im Mittelstand, in: BIP – Best in Procurement, Ausgabe 5, September/Oktober, S. 50-52

### Besonderes:

Gute Englisch-Kenntnisse

## Modulbeschreibung

Stand: 31.01.2017

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

**Modulnummer:**  
MBM 103, IMM 103

**Modulname:**  
International Strategic Purchasing and International Marketing

**Modulumfang:**  
4 SWS

**Credits:**  
5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**  
(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Verantwortlicher:**  
Prof. Dr. Kortus-Schultes

**Studiengang:**  
MBM, IMM

**Semester:**  
1. Fachsemester

**Angebotsturnus:**  
jedes Semester

**Dauer des Moduls:**  
1 Semester

**Art des Moduls:**  
Pflichtmodul

**Prüfung:**  
Klausurarbeit (50%) Projektarbeit (50%)

---

### Voraussetzungen:

Breite Kenntnisse bzgl. der betrieblichen Aufgabengebiete "Beschaffungsmanagement" sowie "Marketing", d. h.

- im Gebiet Beschaffungsmanagement: Basiswissen über Ziele und Aufgaben der Beschaffung und Logistik; Grundkenntnisse der internationalen Beschaffung, Instrumente und grundlegender Methoden des Beschaffungsmanagements

- im Gebiet Marketing: Basiswissen über die Aufgaben des Marketing-Managements (Marketingsituationsanalyse, Marketing-Ziele, -Zielgruppen, -Strategien, -Instrumente, -Konzeption, -Controlling, -Organisation), Kenntnisse über marketingspezifische Planungs- und Entscheidungsmethoden/-modelle (Erfahrungskurvenmodell, Lebenszyklusmodell, Portfoliomethode, SWOT-Methode, ABC-Methode etc.).

Solide Kenntnisse in Englisch als Wirtschaftssprache, da der Kurs auf Englisch angeboten wird.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird in folgenden Studiengängen angeboten:

Master Business Management  
Master Internationales Marketing

## Modulbeschreibung

Stand: 31.01.2017

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Qualifikation ist darauf ausgelegt, dass die Teilnehmer operative und strategische Exzellenz erwerben. Das heißt beispielsweise in der Problemlösungskompetenz, dass sie Ziele für die fachspezifischen Entwicklungsprozesse vorzugeben vermögen und dazu die Entwicklungsprozesse des Unternehmens optimieren. Die zu erwerbenden kommunikativen Kompetenzen sind darauf ausgelegt, dass die Studierenden die komplexen Sachverhalte sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene überzeugend darzustellen vermögen. Dies wird den Studierenden nach Teilnahme des Kurses auch im Bereich International Marketing in englischer Sprache gelingen.

### Inhalte des Moduls:

Die Studierenden beherrschen den Katalog und die Ansatzpunkte wertschöpfender Aktivitäten in den beiden Bereichen Einkauf/Logistik sowie International Marketing. D.h. sie sind vertraut mit den unterschiedlichen Hebeln zur Steigerung der Wertschöpfung in beiden Bereichen. Sie wissen, wie man die dazu notwendigen Arbeitsabläufe in den Fachbereichen optimiert und wie im Rahmen der verfolgten Unternehmensstrategie die Aufgabenstellungen der Teams der jeweiligen Fachbereiche definiert und koordiniert werden müssen.

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

### Modulteil A:

International Marketing

### Dozent:

Prof. Dr. Kortus-Schultes

### Art der Lehrveranstaltung:

Vorlesung / Übung

### Sprache:

Englisch

### Inhalt:

Marketingprozesse in enger Verzahnung zu Aufgaben in der internationalen Unternehmensführung: Deciding whether to go abroad, which markets and how many markets to enter; evaluating potential markets; international market entry strategies; global marketing mix; forecasting and demand measurement.

Forecasting and strategy development techniques will be exercised with data from automotive multinationals.

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

- Daniels, J.D.; Radebough, L.H.; Sullivan, D.P.: International Business. Environments and Operations; 13<sup>th</sup> ec., Pearson Upper Saddle River, New Jersey 2011
- Glowik, Mario: Market Entry Strategies; Oldenburg Wissenschaftsverlag, München 2009
- Hill, C.W.L.: International Business. Competing in the Global Marketplace; Global Ed 10<sup>th</sup> ed.; McGraw-Hill, New York 2014
- Keegan, W.J.: Global Marketing Management; 8<sup>th</sup> ed., Pearson, Upper Saddle River, New Jersey 2014
- Keegan, W.J.; Green, M.C.: Global Marketing; 7<sup>th</sup> ed., Person, Upper Saddle River, New Jersey 2013
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane: Marketing Management; 15<sup>th</sup> ed.; Global Edition; Pearson Education, Prentice Hall 2016
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane; Brady, Mairead; Goodman, Malcolm; Hansen, Torben: Marketing Management; 2nd ed.; Pearson Education, Prentice Hall 2012

### Besonderes:

## Modulbeschreibung

Stand: 31.01.2017

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Veranstaltung findet auf Englisch statt und beinhaltet eine auf das vermittelte Theoriegebäude abgestimmte Projektarbeit. Jedes Semester wird durch Studententeams mit je vier Mitgliedern eine andere Themenstellung bearbeitet. Die Präsentationen sowie die Ausarbeitungen durch die Studierenden erfolgen ebenfalls auf Englisch.

---

### Modulteil b:

Grundlagen des Beschaffungsmanagements

### Dozent:

Prof. Dr. Alexander Koch

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar / Fallbearbeitung

### Sprache:

Deutsch / Englisch

### Inhalt:

- Konzept eines ganzheitlichen Beschaffungsansatzes
- Wertbeitrag des Einkaufs
- Sourcing-Strategien
- Lieferantenmanagement
- Schwerpunkt: Global Sourcing (Gründe, Risiken, Vorgehen)
- Verhandlungstheorie und -praxis

### Verwendete Literatur:

Pflichtlektüre:

Koch, A.: Vorlesungsskript, aktuelle Auflage

Arnold, Ulli: Beschaffungsmanagement, n. A.;

Arnolds, Heege, Tussing: Materialwirtschaft und Einkauf, n. A.;

Hess, Gerhard: Supply-Strategien in Einkauf und Beschaffung, n. A.

Eichler, Bernd: Beschaffungsmarketing und -logistik, n. A..

Ergänzende Literatur:

Large, Rudolf: Strategisches Lieferantenmanagement, Wiesbaden, n. A.;

Wildemann, Horst: Einkaufspotentialanalyse, München, n. A.

### Besonderes:

Gastvorträge



Date: 15.02.2019

**Module code:**

MIM 10401, IMM 10401, MBM 10401

**Module name:**

Applied Econometrics

**Contact hours:**

4 lecture hours per week

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

MBM:  $(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,75$

MIM/IMM:  $(5 \text{ CP} / 60 \text{ CP}) * 0,75$

**Module coordinator:**

Prof. Dr. Freund

**Course of study:**

MIM, IMM, MBM

**Intended Semester:**

1<sup>st</sup> semester

**Semester frequency:**

Each semester

**Duration:**

1 semester

**Type of module:**

Optional compulsory subject

**Examination:**

Presentation and assignment

**Prerequisites:**

It is expected to have at least basic knowledge in statistics (descriptive statistics, random variables, distribution and density functions, tests of hypotheses) and in micro-/macroeconomics.

**Applicability of this module in the same study program:**

Due to the fact that (understanding) quantitative information, empirical research and econometric results are crucial for all kinds of modern economic research, the skills could be used in nearly all (advanced) modules.

**Applicability of this module to other study programs:**

Master International Management

**Objectives; competencies to be gained:**

The students learn to analyse quantitative information, to prepare (own) empirical research and to improve decision making in business. They learn to scrutinize the results of econometric studies.

Therefore they are familiarized with every single step of empirical research projects and the most important statistical software applications (like STATA, SPSS or R). The students analyse empirical re-



Date: 15.02.2019

search questions, learn to formulate the mathematical-statistical (estimation) model and estimate these models. Especially they learn the limits and pitfalls of econometric analyses. All in all, the students get empirical research competence, such as statistical-econometric competence. Teamwork fosters the social competence, reduces the prejudices and barriers which are (often) associated with statistical or empirical research and assist the critical discussion of econometric results.

### Module content:

At the beginning, some important aspects of undergraduate statistics are repeated. Simultaneously the students are familiarized with a (chosen) statistical software applications (like STATA, SPSS or R). After this short introduction in basic concepts, the students learn the basics of empirical analyses, like different data sets or survey techniques. With these contents they are able to evaluate the origin and quality of data sets and could construct own survey-strategies. Based on current micro- or macroeconomic topics the interdependence between theoretical question and econometric model are discussed. Afterward the concept of linear multiple regression analyses and some methods of regression diagnostic are presented. The results are discussed along the famous "pitfalls" of regression diagnostic (endogeneity, multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation). To avoid (some of) these pitfalls are more sophisticated econometric models presented. For example: estimating of panel data, binary response models, spatial regression or instrument variable estimation. Finally the students get an overview of common advanced ideas in econometrics.

### Total workload:

Lectures: 60 hours / pre lecture 30 hours / post lecture 60 hours

---

### Lecturer:

Prof. Dr. Freund

### Teaching method:

Seminar

### Language of instruction:

English

### Topics:

1. Introduction and Idea of the course
2. Econometrics as an academic discipline
  1. history and purpose
  2. the econometric process
  3. an overview of possible econometric topics
3. A short overview of statistical software packages (**STATA**, SPSS, R, eViews, SAS)
4. Review of basic statistics
  1. survey techniques and data sets
  2. sample statistics and the main graphically illustrations
  3. covariance & (pairwise) correlations
  4. random variables & distributions
  5. testing hypotheses
5. Getting started with **STATA**
  1. Basic principles of **STATA**
  2. Resources (help, search, STB, SJ)
  3. Do.files / log.files
  4. Command syntax & first commands
6. Linear regression – the basic concept
  1. OLS with one independent variable
  2. OLS with multiple independent variables



Date: 15.02.2019

3. Non-Linearities
7. Simple regression in **STATA**
  1. the regress command
  2. a first look to the output sheet
8. Regression diagnostic (accuracy of OLS-estimates)
  1. testing the assumptions of OLS
  2. heteroscedasticity
  3. autocorrelation
  4. multicollinearity
  5. Is it possible to detect endogeneity?
9. Regression diagnostic in **STATA**
10. Avoiding the (major) pitfalls of OLS
11. Remodeling often yields to advanced models:
  1. First example of advanced models – panel regression
  2. Second example of advanced models – binary response
  3. Third example of advanced models – instrumental variable estimation
  4. Fourth example of advanced models – spatial regression
12. Many advanced ideas – an overview of the different groups of methods
13. General quality standards of econometric estimations

## Literature:

Obligatory (one off the following):

Cameron, A. Colin / Trivedi, Pravin K.: Microeconometrics using Stata, Stata Press 2010

Adkins, Lee C.:Titel: Using Stata for Principles of Econometrics, John Wiley & Sons 2011

Kohler, Ulrich / Kreuter, F.: Data Analysis using Stata, Stata Press 2012

Additional literature (to repeat basic statistic):

Wooldridge, J. M.: Introductory Econometrics, 2008

Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL. Theorie und Praxis, 4. Aufl. 2012

Bortz, J.: Statistik – für Human- und Sozialwissenschaftler, 7. Aufl., 2010

special literature for the current topic (every term pronounced)

## Misc.:

./.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

### Modulnummer:

MBM 10402, IMM 10402

### Modulbezeichnung:

Empirische ökonometrische Modellanalyse

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

(5 CP / 90 CP)\*0,75

### Modulverantwortlicher:

Nathanael Harfst

### Studiengang:

MBM, IMM

### Semester:

1. Fachsemester

### Angebotsturnus:

jedes Semester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

Wahlpflichtmodul

### Art der Prüfung:

Präsentation (50% ) und Hausarbeit (50%)

---

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Kenntnisse der deskriptiven und analytischen Statistik sowie der Makroökonomie aus dem Bachelorstudium

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

Empirisch-analytische Kompetenzen sind in all denjenigen Modulen des Studiengangs relevant, in denen empirischen Methoden Verwendung finden (Sourcinganalysen in der Beschaffung, Markt- und Käuferverhaltensforschung im Marketing, Mitarbeiterbefragungen im HR und komplexere Unternehmensmodelle auf der Basis quantitativer Methoden als Managementgesamtansatz)

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird in folgenden Studiengängen angeboten:  
Master Business Management  
Master Internationales Marketing

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Studierende werden in die Lage versetzt, relative komplexe ökonometrische Methoden auf interessierende Fragestellungen im Zusammenhang mit der Entscheidungsfindung in Managementprozessen anzuwenden, deren Ergebnisse zu interpretieren und kritisch zu hinterfragen. Sie können grundlegende diagnostische Verfahren zur Güte der Schätz- oder Prognoseansätze



Stand: 06.05.2020

(Autokorrelation/Multikollinearität) anwenden und deren Ergebnisse interpretieren. Sie sind in der Lage, entsprechende Analyseberichte zu formulieren und vorzustellen.

### Inhalte des Moduls:

Statistisches Repetitorium, Idee und Grundlagen der ökonometrischen Analyse, Verhältnis von ökonomischer Theorie, Empirie und praktischen, anwendungsbezogenen Einsatzbereichen in der Simulation von Entwicklungsszenarien und Prognoserechnungen. Erkenntnisziele und -gewinne im Zusammenhang mit Managemententscheidungsprozessen. Umgang mit umfangreichem - in aller Regel - sekundärstatistischem Datenmaterial, Datenvaliditätsanalysen, Konstruktion von "Proxy-Variablen".

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

### Dozent:

Nathanael Harfst

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminaristische Projekt-Lehrveranstaltung

### Lehrsprache:

Deutsch

### Inhalt:

1. Grundlagen empirischer Analysemethoden
  - 1.1. Bedeutung empirischer Analysen in den Wirtschaftswissenschaften
  - 1.2. Check up Statistische Methoden
  - 1.3. Grundidee ökonometrischer (Modell)Analysen
2. Grundlagen der Ökonometrie
  - 2.1 Stufen der empirischen ökonomischen Analyse
  - 2.2 Das einfache lineare Regressionsmodell
  - 2.3 Interpretation von Schätzergebnissen und Parametern – Probleme und „Faustregeln“
3. Einfache Anwendungsbeispiele mit PASW Statistics (SPSS)
4. Design einer Empirischen Untersuchung
  - 4.1 Untersuchungsziel, Hypothesenbildung und Operationalisierung
  - 4.2 Datenverfügbarkeit
  - 4.3 Deskriptive Analyse
  - 4.4 Spezifikation des Analysemodells und Berechnungen
  - 4.5 Darstellung und Interpretation der Ergebnisse
5. Alternierende Projektthemen

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

von Auer, Ludwig, "Ökonometrie: Eine Einführung", neueste Aufl., Springer, Berlin  
Jede beliebige Einführungsliteratur „Statistik für Wirtschaftswissenschaftler“

Ergänzend:

spezielle, auf die jeweilige Fragestellung bezogene Literatur (wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben)

### Besonderes:

./.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand:

**Modulnummer:**

MBM 10403, IMM 10403

**Modulbezeichnung:**

Regionalökonomisches Forschungsprojekt

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

MBM:  $(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,75$

IMM:  $(5 \text{ CP} / 60 \text{ CP}) * 0,75$

**Modulverantwortlicher:**

Prof. Dr. Hamm

**Studiengang:**

MBM, IMM

**Semester:**

1. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**

Hausarbeit (60%), Präsentation (30%) und mündliche Beteiligung (10%)

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

Statistische Methodenkenntnisse, EXCEL-Kenntnisse, Interesse an regionalökonomischen Entwicklungszusammenhängen und Fragestellungen

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

./.

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Das Modul wird in folgenden Studiengängen angeboten:

Master Business Management

Master Internationales Marketing

**Zu erwerbende Kompetenzen:**

Die Kenntnis und Anwendung empirischer Methoden in der wissenschaftlichen Forschung und darauf aufbauend die statistische Methodenkompetenz (deskriptive und multivariate Statistik) wird verbessert. Es wird die Kompetenz gestärkt, die statistischen Methodenkenntnisse in einer anwendungsorientierten, forschungsnahen Fragestellung – hier aus dem breiten Themenfeld der Regionalökonomie – einzusetzen. Darüber hinaus werden Kompetenzen in Teamfähigkeit und Projektorganisation vermittelt. Vermittlung von vertiefter, berufsbefähigender Qualifikation für Berufsfelder mit einem



Stand:

Anforderungsprofil, das quantitative und wirtschaftstheoretische Methodenkompetenz und Kompetenz in der Interpretation der empirisch abgeleiteten Resultate erfordert.

### Inhalte des Moduls:

Die konkreten wissenschaftlichen, sozioökonomischen Themenstellungen der Lehrveranstaltung variieren von Semester zu Semester; sie können auch über mehrere Semester hinweg miteinander verknüpft sein. Die Themenstellungen sind stets der anwendungsorientierten Regionalforschung zuzuordnen und werden in enger Kooperation mit dem Niederrhein Institut für Regional- und Strukturforschung (NIERS) bearbeitet; sie sind meist mit den im Institut zu bearbeitenden Forschungsprojekten verknüpft. Beispielhafte Themenstellungen in früheren Semestern lauteten:

1. Regionalwirtschaftliche Effekte der Frauen-Fußball-WM für den Austragungsort Mönchengladbach
2. Brain Gain oder Brain Drain – Analysen zum regionalen Verbleib von Hochschulabsolvent\*innen
3. Die Rolle der lokalen Ökonomie in der Viersener Südstadt

Die Lehrveranstaltung verwendet als Handwerkszeug Kenntnisse aus der ökonomischen Theorie und der deskriptiven und multivariaten Statistik, um ökonomische Phänomene aus der Realität – speziell der regionalen Umgebung – mittels adäquater empirischer Methoden zu untersuchen. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen als Hilfe für die Entwicklung empiriebasierter Handlungsempfehlungen für wirtschaftspolitische Entscheidungen eingesetzt werden.

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung, 90 h Bearbeitung eines Teilprojekt inkl. der Erstellung eines Projektberichts

---

### Dozent:

Prof. Dr. Hamm

### Art der Lehrveranstaltung:

Projektseminar

### Lehrsprache:

Deutsch

### Inhalt:

Eine genaue Ablaufplanung wird jeweils zu Beginn der Lehrveranstaltung herausgegeben. Folgende inhaltliche Bausteine werden mit wechselnden thematischen Schwerpunkten behandelt:

1. Ausgewählte regionalökonomische Grundlagen (themenspezifisch)
2. Ausgewählte methodische Grundlagen
3. Empirische Umsetzung der Fragestellung
  - 3.1. Datenquellen – Recherche, Integration
  - 3.2. Datenerhebung, -erfassung und –aufbereitung (SPSS, Excel, etc.)
  - 3.3. Datenanalyse und -interpretation mittels fortgeschrittener deskriptiver und multivariater Analyse
4. Ökonomische Interpretation der Resultate und wirtschaftspolitische Folgerungen, Entwicklung adäquater wirtschaftspolitischer Handlungsempfehlungen

### Verwendete Literatur (aktuellste Auflagen):

- Maier / Tödting / Trippel: Regional- und Stadtökonomik 1. Standorttheorie und Raumstruktur
- Maier / Tödting / Trippel: Regional- und Stadtökonomik 2. Regionalentwicklung und Regionalpolitik
- Schätzl: Wirtschaftsgeographie - Empirie
- Eckey / Kosfeld / Türck.: Deskriptive Statistik – Grundlagen, Methoden, Beispiele
- Isard: Methods of Interregional and Regional Analysis.
- Schira: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis
- Backhaus / Erichson / Plinke / Weiber: Multivariate Analysemethoden – eine anwendungsorientierte Einführung

**Ergänzend:** Wechselnde, wissenschaftlich adäquate themenspezifische Literatur (Fachzeitschriften, Diskussionspapiere), wird jeweils im Kurs benannt.

## **Modulbeschreibung**

**Hochschule Niederrhein**  
University of Applied Sciences



**Wirtschaftswissenschaften**  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand:

### **Besonderes:**

Gastvorträge von externen Referent\*innen, Mitarbeiter\*innen des NIERS

In Abhängigkeit der Themenstellung: Durchführung und Auswertung empirischer Datenerhebungen

## Course Specification

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Date: 06.05.2020

**Module code:**

MIM 105, MBM 10501, IMM 105

**Module name:**

Business Economics

**Contact hours:**

4 lecture hours per week

**Credits:**

5 CP

**Weighting:**

(5 CP/ 60 CP)\*0,5

**Module coordinator:**

Prof. Dr. Vogl

**Course of study:**

MIM; MBM; IMM

**Intended semester:**

1st. semester

**Module frequency:**

Each semester

**Duration:**

1 Semester

**Type of module:**

Optional compulsory module

**Form of assessment:**

Projectwork (60%) and written exam (40%)

---

**Prerequisites:**

Knowledge of mikro- und macroeconomics and statistics

**Applicability of this module in the same study programme:**

An understanding of the regulatory business environment supports business planning and strategic decision making in areas such as marketing, financial management, sourcing and human resource management.

**Applicability of this module to other study programmes:**

Master Business Management  
Master International Marketing  
Master International Management

**Objectives; competencies to be gained**

To develop business skills that enable the student to better understand, anticipate, react and possibly even control the regulatory and micro- and macroeconomic influences on a company.

**Module content:**



Date: 06.05.2020

Students will enhance their undergraduate knowledge of economics and learn how to relate economics to business. They will study particular aspects of the economic environment in which firms operate and they will learn how costs and revenues of firms are affected. The microeconomic environment includes all the economic factors that are specific to a particular firm operating in its own particular market. One firm may be operating in a highly competitive market, whereas another may not. Furthermore the government plays an important part in shaping the business environment and constraining managerial discretion. Examples that will be addressed in more detail include: pollution control, regulation governing pricing in privatized industries and laws preventing collusion between firms.

Macroeconomics addresses the economy level issues which similarly affect revenues and costs of firms.

Business cycles (fluctuations in aggregate economic activity) can have a crucial bearing on product prices and corporate profits. For this reason, companies put considerable resources into predicting the course of the cycle and estimating the implication of the cycle for their sales and costs. Students will understand the causes of business cycle fluctuations, the determinants of medium and long term economic growth and their consequences for decision making processes in companies. Students will be able to interpret available statistics, and write their own economic reports which form a basis of the business planning processes.

**Total workload:**

Lectures: 60 hours / Independent study: pre lecture: 30 hours, post lecture 60 hours

---

**Module Part I**

The Microeconomic and Regulatory Business Environment

**Lecturer:**

Prof. Dr. Vogl

**Teaching method:**

Seminar

**Language of instruction:**

English

**Module content:**

Introduction

Economic growth

- Case studies:
  - DTI's strategy
  - The Lisbon strategy, Agenda 2020

Markets and welfare

Theory of market failure and government interventions

- Case Studies:
  - EU emissions trading
  - Innovation policies
  - Public private partnerships

Firms in a competitive market

Firms in imperfectly competitive markets

- Case studies:
  - The economic case for privatising network industries
  - Incentive regulation

EU Competition Policy



Date: 06.05.2020

- Antitrust
- Merger control
- State aid

### Teaching/ Reading material:

Compulsory:

McAleese, D.: Economics for Business: Competition, Macro-Stability and Globalisation, Prentice Hall, Harlow, n. Aufl.

Additional material/ Recommended reading:

El-Agraa, A.M.: The European Union, Cambridge University Press, Cambridge, n. Aufl.

Artis, M./Nixson, F. (Eds.): Economics of the European Union, Oxford University Press, Oxford, n. Aufl.

Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, South-Western, Andover, n. Aufl.

Sloman, J.: Economics and the Business Environment, Prentice Hall, Harlow, n. Aufl.

### Misc.:

./.

---

### Module Part II:

The National View - Business Cycle and Economic Growth

### Lecturer:

Prof. Dr. Wenke

### Teaching method:

Seminar

### Language of instruction:

English

### Syllabus plan:

A.

I. Business Cycle Theory: Multipliers and accelerators of economic fluctuations.

II. Business Cycle Empirics: National Accounting, Stylised Facts, Measures, Diagnosis Indicators and Forecasts.

III. Business Cycle in action: Drawing the current Business Cycle Picture of the German economy.

B.

I. Causes of Economic Growth, theoretical considerations.

II. Why does economic growth differ in European countries, hypotheses and some case study examples.

### Teaching/Reading material:

Compulsory:

Mankiw, N.G.: Principles of Economics, South-Western, Mason, n. Aufl.

Additional material/Recommended reading:

Current reports of economic research institutes and international organizations (EU, OECD)

### Misc.:

./.

# Course Specification

**Hochschule Niederrhein**  
University of Applied Sciences



**Wirtschaftswissenschaften**  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Date: 06.05.2020

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 01.02.2020

**Modulnummer:**  
MBM 10502

**Modulbezeichnung:**  
Öffentliche Finanzen

**Modulumfang:**  
4 SWS

**Credits:**  
5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**  
(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Modulverantwortlicher:**  
Prof. Dr. Schoelen

**Studiengang:**  
MBM

**Semester:**  
1. Fachsemester

**Angebotsturnus:**  
jedes Semester

**Dauer des Moduls:**  
1 Semester

**Art des Moduls:**  
Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**  
Projektarbeit

---

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Grundlagen der Mikro- und Makroökonomie, insbesondere komparative Statik und Konkurrenzverhalten in unterschiedlichen Marktformen, der Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung; der Wirtschaftspolitik, insbesondere ordnungspolitische Grundlagen der sozialen Marktwirtschaft, der Stabilisierungspolitik.

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

Die volkswirtschaftlichen Vertiefungen im Bereich der Finanzwissenschaften mit Ausrichtungen auf die öffentlichen Finanzen finden Eingang als Rahmenbedingungen der betriebswirtschaftlichen Schwerpunkte des Studienganges sowie als Pflichtmodul im Schwerpunkt Volkswirtschaftslehre.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

nicht relevant

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Absolventen werden befähigt, sich intensiv mit aktuellen wirtschaftspolitischen, insbesondere finanzwissenschaftlichen Themen unter Verwendung volkswirtschaftstheoretischer Modellüberlegungen auseinanderzusetzen. Ziel ist die eigenständige Reflexion der sich im globalisierten Wettbewerb wandelnden finanz- und steuerpolitischen Rahmenbedingungen in Bezug auf die Relevanz für betriebswirtschaftliche Entscheidungen. Aktuelle Themen- und Problemfelder werden dabei zum Ausgangspunkt der Seminarkonzeption.



Stand: 01.02.2020

## Inhalte des Moduls:

**Vorlesungsblock:** Vertiefung Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Marktversagensgründe und Staatshandeln, Stabilisierungspolitik, inkl. Paradigmendiskussion Keynesianismus vs. Neoklassik sowie Inflationserklärung, Konjunktur und Wachstum, allgemeine finanzwissenschaftliche Einführung, steuer- und finanzpolitische Problemfelder aus Sicht der Politikberatung, hier insbesondere aus Sicht des Sachverständigenrates zur Begutachtung der Gesamtwirtschaftlichen Entwicklung (SVR), Generationengerechtigkeit im Kontext nachhaltiger Fiskalpolitik.

**Seminarblock:** Aktuelle Themen der finanzpolitischen Reformdiskussion (inkl. Betrachtung ihrer betrieblichen Relevanz) u.a.: Nettozahlerposition Deutschlands in der EU vs. Wohlfahrtseffekte steigender Handelsintegration, Finanz- und Wirtschaftskrise, Reform des Finanzausgleichs, Schuldenbremse, Schuldenkrise in Europa inkl. Länderstudien, europäische Geldpolitik, amerikanische Geldpolitik, Reform der Sozialversicherungen unter dem Eindruck des demografischen Wandels, Gesundheitspolitik in Deutschland unter dem Eindruck der Fachkräfteentwicklung, Gemeindefinanzreform im Zeichen defizitärer kommunaler Haushalte, Neues Kommunales Finanzmanagement, Schuldenituation im föderalen Staat, Perspektiven des Landeshaushalts NRW, EU-Haushalt, Effektivität und Effizienz europäischer Entwicklungszusammenarbeit.

## Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

## Dozent:

Prof. Dr. Schoelen

## Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

## Lehrsprache:

Deutsch

## Inhalt:

In jedem Semester wird der seminaristische Inhalt neu mit Blick auf die wirtschaftspolitischen Problemfelder Deutschlands, der EU und der globalisierten Wirtschaft konzipiert. Vorangestellt wird in jedem Semester:

- A. Wirtschaftsordnung – Wirtschaftssystem
- B. Marktversagen und Stabilisierungspolitik
- C. Reformdiskussion zur sozialen Marktwirtschaft
- D. Generationenbilanz

Hieran schließt sich ein **seminaristischer Block (s.o.)** mit wechselnden Themenfeldern an.

## Verwendete Literatur:

Pflicht:

(in jeweils aktueller Auflage)

- Baßeler, U./Heinrich, J./Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Stuttgart mit zu gehörigem Übungsbuch
- Jenaer Aufruf zur Erneuerung der Sozialen Marktwirtschaft:  
<http://60jahresozialemarktwirtschaft.de/fileadmin/marktwirtschaft/downloads/JenaerAufruf.pdf>
- Wigger, B.: Grundzüge der Finanzwissenschaft, Berlin

Ergänzend:

(siehe Seminarteil oben)

wird während der Lehrveranstaltung empfohlen und zum Teil in einem Semesterapparat für die Absolventen zum vertiefenden Studium bereitgehalten.



Stand: 01.02.2020

### **Besonderes:**

Aktivierender wissenschaftlicher Diskurs aktueller Themenfelder, u.a. mittels ...

- ... Integration von Planspielen
- ... strukturierte Peer-Reviews der Vorträge anderer Gruppen,
- ... Gestaltung einer Themenrunde/Diskussion
- ... anlass- und themenbezogenen Referatsbeiträge externer Referenten und Exkursionen nach Brüssel, Berlin und Frankfurt

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 12.07.2019

**Modulnummer:**

MBM 10601, IMM10601, MWI 106

**Modulbezeichnung:**

Führungskompetenz

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

$(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,75$

**Modulverantwortlicher:**

Prof. Dr. Bröckermann

**Studiengang:**

MBM, MWI

**Semester:**

1. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

Jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

Ein Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul, Pflichtmodul

**Art der Prüfung:**

Mündliche Prüfung (Referat)

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

Die Teilnehmer/innen verfügen

- > über betriebswirtschaftliches Basiswissen,
  - > über Qualifikationen auf den Gebieten Mathematik, Statistik, Volkswirtschaftslehre, Steuern, Wirtschaftsrecht und Wirtschaftsinformatik,
  - > über eine wirtschaftsbezogene Mehrsprachigkeit,
  - > über ein interkulturelles Bewusstsein und
  - > über professionelle Sozialkompetenzen zur Verhandlungsführung, zur Präsentation von Problemen und Lösungen, zum Moderieren und Leiten von Sitzungen, zum Projektmanagement und zur Führung aus einem zuvor erfolgreich absolvierten wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang.
- Sie haben in diesem Studiengang zudem die Fähigkeit zur Erschließung neuer Gebiete der Wirtschaftswissenschaften und zur selbstständigen Weiterbildung erlangt.

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

Für alle personalwirtschaftlichen Module, insbesondere Human Resource Management I + II

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Das Modul wird im Master-Studiengang Business Management und im Master-Studiengang Wirtschaftsinformatik eingesetzt.



Stand: 12.07.2019

### **Zu erwerbende Kompetenzen:**

Die Studierenden erwerben das erforderliche Führungswissen samt der -methodik sowie die Fähigkeit zur Reflexion eigenen Führungshandelns und zur Übertragung gewonnener Erkenntnisse in die eigene Führungspraxis.

Daneben werden Kommunikations- und Teamfähigkeit, soziale und analytische Kompetenzen vertieft. Die Beratung zur Prüfung regt Kreativität sowie sprachliche Fähigkeiten an und vermittelt Recherche- sowie Arbeitstechniken.

### **Inhalte des Moduls:**

Die Studierenden lernen zunächst Führungsaufgaben, -eigenschaften, -qualifikationen und -kompetenzen kennen.

Sie lernen zudem den Stellenwert der Kommunikation in der Personalführung kennen. Von besonderer Bedeutung sind dabei Gespräche. Sie haben generell mehr Erfolg, wenn man die Regeln sachlicher Gesprächsführung beachtet, die ebenso vermittelt werden wie die Spielregeln auf der Beziehungsebene.

Den Studierenden werden die Erkenntnisse aus der Motivationsforschung nahe gebracht. Beschäftigte können nur dann motiviert ihrer Arbeit nachgehen, wenn sie eine Chance auf Selbstbestätigung, Leistungserfolg, Anerkennung, Verantwortung, Beförderung und Aufstieg haben.

Die Studierenden lernen, dass Führung der Festlegung von Zielen dient, und zwar nicht nur rein sach-, prozess- und strukturbezogen, sondern auch und gerade personenbezogen. Letztere sollen den Beschäftigten die Möglichkeit geben, sich zu entfalten.

Sie lernen die Planungsaufgaben von Führungskräften ebenso kennen wie die Notwendigkeit und die Abläufe der Festlegung und Koordination von Aufgabenbereichen, also der Delegation.

Es macht nur dann Sinn, per Delegation zu fordern, wenn man die Beschäftigten in die Lage versetzt, die anstehenden Aufgaben zu lösen. Insofern werden die Grundlagen der Personalentwicklung vermittelt.

Ferner werden die Studierenden als künftige Führungskräfte damit vertraut gemacht, wie man in und mit Gruppen kooperiert. Dazu tragen Führungskräfte mit ihrem Führungsstil bei, aber auch mit Ansätzen, Konflikte zu schlichten. Wenn einzelne zermürbt werden, nennt man das Mobbing, eine spezielle Form von Konflikten.

Weder Anerkennung noch Kritik sind ohne eine Meinungsbildung über Leistung und Arbeitsverhalten des Einzelnen, anders gesagt ohne Beurteilungen möglich, deren Abläufe die Studierenden abschließend erlernen.

### **Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:**

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

### **Dozent:**

Prof. Dr. Bröckermann

### **Art der Lehrveranstaltung:**

Seminaristische Lehrveranstaltung

### **Lehrsprache:**

Deutsch



Stand: 12.07.2019

## Inhalt:

Grundlagen  
Kommunizieren  
Motivieren  
Ziele vereinbaren  
Planen  
Fordern und fördern  
Kooperieren  
Beurteilen

## Verwendete Literatur:

Pflicht:

ein Fachbuch zur Personalführung

Empfehlungen für die Pflichtlektüre:

Blessin, B. u. Wick, A., Führen und führen lassen, 8. A., Konstanz 2017  
Bröckermann, R., Führungskompetenz, Stuttgart 2011  
Domsch, M. E., Regnet, E. u. Rosenstiel, L. v., Führung von Mitarbeitern, 3. A., Stuttgart 2012  
Felfe, J., Mitarbeiterführung, Göttingen u. a. 2009  
Hentze, J., Graf, A., Kammel, A. u. Lindert, K., Personalführungslehre, 4. A., Bern 2005  
Hintz, A. J., Erfolgreiche Mitarbeiterführung durch soziale Kompetenz, 2. A., Wiesbaden 2013  
Kets de Vries, M. F. R., Führer, Narren und Hochstapler, Stuttgart 2009  
Lang, R. u. Rybnokova, I., Aktuelle Führungstheorien und -konzepte, Wiesbaden 2014  
Lieber, B., Personalführung, 3. A., Konstanz 2017  
Lohaus, D. u. Habermann, W., Führung im Mittelstand, München 2012  
Niermeyer, R. u. Postall, N., Führen, 2. A., Freiburg 2008  
Stippler, M., Moore, S., Rosenthal, S. u. Dörffer, T., Führung, 2. A., Gütersloh, 2011  
Wagner, K., Rex, B. F. u. Eichler, M., Praktische Personalführung, 3. A., Wiesbaden 2003  
Walenta, C. u. Kirchler, E., Führung, Wien 2011  
Weibler, J., Personalführung, 3. A., München 2016  
Withauer, K. F., Führungskompetenz und Karriere, Wiesbaden 2011  
Wunderer, R., Führung und Zusammenarbeit, 8. A., München 2009  
Wunderer, R. u. Grunwald, W., Führungslehre, Band 1 und 2, Berlin 1980

Ergänzend:

Bröckermann, R., Führung und Angst, Frankfurt 1989  
Brooks, I., Organisational Behaviour, 4th Ed., Harlow 2009  
Comelli, G., Rosenstiel, L. v. u. Nerdinger, F. W., Führung durch Motivation, 5. A., München 2014  
Franken, S., Verhaltensorientierte Führung, 3. A., Wiesbaden 2010  
Glasl, F., Konfliktmanagement, 11. A., Bern, Stuttgart 2013  
Kanning, U. P., Diagnostik für Führungspositionen, Göttingen 2018  
Kirchler, E. u. Walenta, C., Motivation, Wien 2010  
Küpers, W. u. Weibler, J., Emotionen in Organisationen, Stuttgart 2005  
Nerdinger, F. W., Motivation von Mitarbeitern, Göttingen u. a. 2003  
Nerdinger, F. W., Blickle, G. u. Schaper, N. (Hrsg.), Arbeits- und Organisationspsychologie, 3. A., Berlin 2014  
Regnet, E., Konflikt und Kooperation, Göttingen u. a. 2007  
Sievers, B., Work, Death and Life Itself, Berlin 1994  
Stürmer, S. u. Siem, B., Sozialpsychologie der Gruppe, München u. a. 2013  
Stührenberg, L., Professionelle betriebliche Kommunikation, Wiesbaden 2003  
Treier, M., Personalpsychologie im Unternehmen, München 2009  
Watzlawick, P., Anleitung zum Unglücklichsein, 28. A., München, Zürich 1989

**Besonderes:**

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

**Modulnummer:**

MBM 10602

**Modulbezeichnung:**

Eignungs- und Potenzialdiagnostik

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Modulverantwortlicher:**

Prof. Dr. Cisik

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

1. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung**

Projektarbeit

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

Die Teilnehmer/innen

- verfügen über fundierte Kenntnisse im Human Resource Management
  - kennen arbeits- und organisationspsychologische Hintergründe interindividueller Erlebens- und Verhaltensmuster
  - haben sich intensiv mit der Personalbeurteilung und einschlägigen Methoden und Verfahren auseinandergesetzt
  - kennen die aktuellen Konzepte der Personalentwicklung und deren Zusammenhänge mit der Personalbeurteilung aus einem zuvor erfolgreich absolvierten wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang mit arbeits- und organisationspsychologischen Schwerpunkten oder Spezialisierungen.
- Darüber hinaus haben sie im Rahmen von Praktika oder sogar im Rahmen von studentischen Arbeits-tätigkeiten bzw. im Zuge eigener Berufserfahrungen bereits erste praktische Erfahrungen mit zentralen Instrumenten der Eignungs- und Potenzialdiagnostik gemacht.

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

Das Modul bereitet auf das Schwerpunktfach *Human Resources Management* vor bzw. ergänzt und flankiert dessen Inhalte.



Stand: 06.05.2020

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden lernen die Eignungs- und Potenzialdiagnostik als differenzialpsychologische Teildisziplin des Human Resource Management umfassend kennen und im Rahmen der sozialen, ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen und Indikationen wissenschaftlich fundiert und effektiv anzuwenden.

Flankierend erfolgt eine Auseinandersetzung mit dem eigenen Denken und Handeln, den eigenen Fähigkeiten sowie der Gesamtpersönlichkeit durch entsprechende Selbst- und Fremdversuche. Hierbei werden vor allem die sozialen und analytischen Kompetenzen der Teilnehmer/innen vertieft. Die Beratung zur Hausarbeit regt Reflexionsprozesse an, entwickelt sprachliche Fähigkeiten und vermittelt Recherche- sowie Arbeitstechniken.

### Inhalte des Moduls:

- Einführung in die psychologische Diagnostik als zentrale Grundlage der Personalbeurteilung und Personalentwicklung in Organisationen
- Kennenlernen primärer und sekundärer diagnostischer Gütekriterien zur Sicherstellung der Qualität diagnostischer Untersuchungen, Befunde und daran anschließender Interventionen
- Aktive Vorbereitung, Durchführung und Auswertung ausgewählter diagnostischer Verfahren. Dazu zählen insbesondere Methoden der Verhaltensbeobachtung, Interviewtechniken, Persönlichkeitstests, Leistungstests, Intelligenztests sowie Assessment Center in traditioneller Form sowie Weiterentwicklungen und Modifikationen der Assessment Center-Methode (z.B. dynamisches Assessment Center, Assessment Center "on the job" etc.)
- Individuelle Feedbacks durch den Dozenten zur Vorgehensweise bei Vorbereitung, Durchführung und Auswertung diagnostischer Untersuchungen einerseits sowie zu individuellen Untersuchungsergebnissen andererseits.

### Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

### Dozent:

Prof. Dr. Cisik

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

### Lehrsprache:

Deutsch und phasenweise Englisch

### Inhalt:

Grundlagen der Eignungs- und Potenzialdiagnostik  
Vorbereitung eigener eignungs- und potenzialdiagnostischer Untersuchungen  
Durchführung eignungs- und potenzialdiagnostischer Untersuchungen (Verhaltensbeobachtung, Interviewtechniken, Persönlichkeits-, Leistungs- und Intelligenztests, Assessment Center)

### Verwendete Literatur:

Pflichtlektüre:

FISSENI, H.-J. (aktuelle Auflage): Lehrbuch der psychologischen Diagnostik. Göttingen: Hogrefe

SARGES, W. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Management-Diagnostik.

Ergänzende Lektüre:

BRÜLL M. & PRECKER, F. (aktuelle Auflage): Intelligenztests. UTB

FISSENI, H.-J. & FENNEKELS, G.P. (aktuelle Auflage): Das Assessment Center. Eine Einführung für Praktiker. Göttingen: Hogrefe

HOSSIEP, R., PASCHEN, M. & MÜHLHAUS, O. (aktuelle Auflage):

## **Modulbeschreibung**

**Hochschule Niederrhein**  
University of Applied Sciences



**Wirtschaftswissenschaften**  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

Persönlichkeitstests im Personalmanagement. Göttingen: Hogrefe  
KRUMM, S. & SCHMIDT-ATZERT, L. (aktuelle Auflage): Leistungstests im Personalmanagement.  
Göttingen: Hogrefe  
SCHULER, H. (aktuelle Auflage): Das Einstellungsinterview. Göttingen: Hogrefe

### **Besonderes:**

Praktische Durchführung eignungs- und potenzialdiagnostischer Verfahren

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand:

### Modulnummer:

MBM 20101

### Modulbezeichnung:

Schwerpunkt Einkauf und Logistik

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

$(5 \text{ CP} / 150 \text{ CP}) * 0,75$

### Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Willi Muschinski

### Studiengang:

Master of Business Studies

### Semester:

2

### Angebotsturnus:

jedes Semester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

seminarische Veranstaltungen

### Art der Prüfung:

Schriftliche Prüfung oder Haus- bzw. Projektarbeit mit Präsentation

---

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Besuch der Veranstaltungen Purchasing and International Marketing und Strategisches Beschaffungsmanagement I

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

./.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird in folgenden Studiengängen angeboten:

MBM



Stand:

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Zielvorgaben für Beschaffungsorganisationen zu entwickeln. Sie können Einkaufspotenzialanalysen durchführen, Schwachstellen erkennen und Lösungsvorschläge erarbeiten.

Die Studierenden sind in der Lage aufgrund eigenständiger Analysen Beschaffungsstrategien für Materialgruppen auszuarbeiten. Ferner konzipieren sie einen geeigneten Instrumenteneinsatz zur Umsetzung gewählter Strategien.

Auf Basis des gewählten Strategieeinsatzes werden die Studierenden

ferner befähigt eigenständig Lieferantstrategien zu entwickeln und umzusetzen.

Die vermittelten Kenntnisse sollen die Studierenden dazu befähigen komplexe beschaffungsrelevante Problemstellungen zu analysieren, zu bewerten und eigenständige Entscheidungen mit strategischem Charakter fundiert zu treffen.

### Inhalte des Moduls:

Steuerung von Beschaffungsorganisationen

- Stärke-Schwäche-Analyse
- SWOT-Analyse
- Ableitung von Beschaffungszielen

- Materialgruppenstrategien

- Segmentierungsansätze für Materialgruppen
- Überblick über relevante Portfolio-Analysen
- Planung des Instrumentaleinsatzes
- Ableitung materialgruppenspezifischer Beschaffungsstrategien

- Lieferantenstrategien

- Segmentierung der Lieferantenbasis

...- Beschaffungsquellenportfolio

- Ableitung der Lieferantenstrategie

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lernveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit



Stand:

---

**Dozent:**

Prof. Dr. Willi Muschinski

**Art der Lehrveranstaltung:**

Projekt- und teamorientiert durch Lehrgespräche, Kleingruppenarbeit, Übungen, praxisnahe Fallstudien,

**Lehrsprache:**

**Inhalt:**

**Verwendete Literatur:**

Wildemann, Horst: Einkaufspotentialanalyse, München; .n.A.;

Large, Rudolf: Strategisches Beschaffungsmanagement, Wiesbaden, n.A.; aktuelle Fachaufsätze

**Besonderes:**

./.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

### Modulnummer:

MBM 20102, MBM 20202, IMM 201

### Modulbezeichnung:

Marketing II

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

MBM:  $(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,5$

IMM:  $(5 \text{ CP} / 60 \text{ CP}) * 0,5$

### Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Vergossen

### Studiengang:

MBM, IMM

### Semester:

2. Fachsemester

### Angebotsturnus:

jedes Semester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

Wahlpflichtmodul

### Art der Prüfung:

Projektarbeit

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Die Studierenden müssen die grundlegenden Instrumente marktorientierter Unternehmensführung kennen.

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

Das Modul bereitet auf die Marketing Vertiefungen an der Partnerhochschule vor.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird angeboten in folgenden Studiengängen:

Master Business Management, Master Internationales Marketing

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden sollen distributionspolitische Entscheidungen und das Konzept der integrierten Kommunikation als zentrale Elemente für unternehmerisches Denken und Handeln verstehen. Sie verfügen über die fachliche und methodische Kompetenz, distributions- und kommunikationspolitische Konzepte und Strategien zu entwickeln. Die verwendeten Arbeitsformen (z. B. Teamarbeit) schulen die Sozialkompetenz der Studierenden und befähigen sie zur zielorientierten Umsetzung der Konzepte.



Stand: 06.05.2020

### Inhalte des Moduls:

Die Studierenden konzipieren auf der Basis definierter Marketingziele und -strategien distributions- und kommunikationspolitische Maßnahmenpakete. Sie sind in der Lage, diese Submixe in ein koordiniertes Marketing-Mix zu überführen.

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

#### Modulteil a:

Marketing-Distribution

#### Dozent:

Prof. Dr. Bieberstein

#### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

#### Lehrsprache:

Deutsch

#### Inhalt:

- Wesen, Ziele und Aufgaben der Key Account Managements
- Auswahl und Bewertung relevanter Key Account-Kundengruppen (z.B. Verbundgruppen, Franchise- und Filialsysteme im Konsumgüterabsatz)
- Erfolgsfaktoren im Key Account Management

#### Verwendete Literatur:

Pflicht:

- Belz, Ch. u.a.: Spitzenleistungen im Key Account Management, Frankfurt 2004
- Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, neueste Auflage
- Sidow, H.D.: Key Account Management, 8. Aufl., Landsberg a.L. 2007

Ergänzend:

- Capon, N.: Praxishandbuch Key-Account Management, Frankfurt, New York 2001
- Homburg, Ch. u.a.: Sales Excellence – Vertriebsmanagement mit System, 5. Aufl., Wiesbaden 2008
- Specht, G., Fritz, W.: Distributionsmanagement, 4. Aufl., Stuttgart 2005

#### Besonderes:

Bearbeitung von praxisorientierten Fragestellungen zum Key Account Management;  
Gastvorträge von Key Account Managern

---

#### Modulteil b:

Integrierte Marketing-Kommunikation

#### Dozent:

Prof. Dr. Vergossen

#### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

#### Lehrsprache:

Deutsch

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

### Inhalt:

- Prozess der Marketing-Kommunikation im Detail
- Konzept der integrierten Marketingkommunikation

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

- Bruhn, M.: Integrierte Unternehmens- und Marketing-Kommunikation, neueste Auflage

Ergänzend:

- Unger, F./Fuchs, W.: Marketing-Kommunikation, neueste Auflage
- Mahrtdt, N.: Crossmedia - Werbekampagnen erfolgreich planen und umsetzen, neueste Auflage

### Besonderes:

Vielfach werden konkrete Fragestellungen aus der Praxis in studentischen Gruppen behandelt, so dass ein direkter Transfer der Inhalte in die Praxis möglich ist.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 09.07.2019

**Modulnummer:**

MBM 20103, MBM 20203

**Modulbezeichnung:**

Controlling II

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Modulverantwortlicher:**

Prof. Dr. Effmann

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

2. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**

Hausarbeit

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

Die Studierenden kennen anwendungssicher die statischen und dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung, haben die Bilanzierung und Bilanzanalyse nach HGB und in Grundzügen nach IFRS als Wissen abrufbar parat und beherrschen zudem die Theorie und die Methoden der Voll-Kostenrechnung, der Teil-Kostenrechnung und der Grenzplankostenrechnung. Ferner werden Grundkenntnisse im Unternehmenssteuerrecht und Gesellschaftsrecht vorausgesetzt.

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

In dem Modul werden internationale Einflüsse auf das Unternehmenscontrolling wie auch Bestandteile der wertorientierten Unternehmensführung vermittelt. Diese Inhalte sind z.B. verwendbar im Controlling-Forschungsprojekt Controlling für Energieversorgungsunternehmen MBM 30106.

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.

**Zu erwerbende Kompetenzen:**

Die Vermittlung der Methoden zur Strategiefindung befähigt die Studierenden, die eher qualitativen Ansätze zur Strategieformulierung mit den quantitativen Ansätzen zur Bewertung von Unternehmen zu verbinden. Unternehmen treffen heute strategische Entscheidungen nicht mehr, indem alleine Strategie-Tools angewendet werden, sondern indem die aufgezeigten Entwicklungen über wertorientierte



Stand: 09.07.2019

Kennzahlen für die Entscheidungsträger quantifiziert aufbereitet werden – und das zunehmend mit den Auswirkungen auf den IFRS Abschluss.

Die Veränderung dieser wertorientierten Kennzahlen sind dann die Entscheidungsgrundlage des Managements - somit sollen sie von Studierenden theoretisch beherrscht und in der Praxis angewendet werden können. Die Studierenden können einen Business Case selbstständig erstellen.

### **Inhalte des Moduls:**

Die Studierenden sollen einerseits lernen, wie ein Strategie-Planungs- und Entscheidungsprozess in Unternehmen inhaltlich und formal abläuft. Andererseits sollen die Studierenden die Anwendung der verschiedenen Strategie-Tools beherrschen und darüber hinaus in eine quantitative Planung (Business-Plan) überführen können. Mit Hilfe wertorientierter Kennzahlen können die Studierenden die Strategie in ihrer Wirkung auf den Unternehmenswert beurteilen. Die Studierenden kennen die Bestandteile und Gütekriterien eines Business Cases. Die theoretischen Grundlagen der Business Cases sind verstanden.

### **Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:**

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

#### **Modulteil a:**

Strategisches Controlling

#### **Dozent:**

Prof. Dr. Effmann

#### **Art der Lehrveranstaltung:**

Seminar

#### **Lehrsprache:**

Deutsch

#### **Inhalt:**

1. Integration von Internem und Externem Rechnungswesen?
2. Einfluss des IFRS auf das Controlling
3. Unternehmensakquisitionen als Folge der Globalisierung
4. Wertorientierte Unternehmensführung.

#### **Verwendete Literatur:**

Pflicht:

Günther, T.: Unternehmenswertorientiertes Controlling, neueste Auflage

Ergänzend:

Loderer, Pichler, Zraggen: Handbuch der Bewertung, neueste Auflage; Rappaport: Creating Shareholder Value, neueste Auflage; Nagl, A.: Der Business Plan, 1. Auflage, Wiesbaden, neueste Auflage; Taschner, A.: Business Case, 1. Auflage, Wiesbaden, neueste Auflage

#### **Besonderes:**

Gastvorträge



Stand: 09.07.2019

---

**Modulteil b:**

Fallstudien des Controllings

**Dozent:**

Prof. Dr. Syska

**Art der Lehrveranstaltung:**

Seminar

**Sprache:**

Deutsch

**Inhalt:**

Bearbeitung von Fallstudien bzw. Beantwortung von weiterführenden Fragestellungen des Controllings

**Verwendete Literatur:**

Pflicht:

Je nach Themenstellung

Ergänzend:

Je nach Themenstellung

**Besonderes:**

./.

## Modulbeschreibung



Stand: 12.07.2019

**Modulnummer:**

MBM 20104, MBM 20204

**Modulbezeichnung:**

Human Resource Management II

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

$(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) \cdot 0,75$

**Modulverantwortlicher:**

Prof. Dr. Bröckermann

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

2. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

Jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

Ein Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**

Schriftliche Prüfung (Projekt- bzw. Hausarbeit bei Prof. Dr. Cisik mit 50 % Gewichtung) und mündliche Prüfung (Referat bei Prof. Dr. Bröckermann mit 50 % Gewichtung)

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

Die Teilnehmer/innen verfügen

- > über betriebswirtschaftliches Basiswissen,
  - > über Qualifikationen auf den Gebieten Mathematik, Statistik, Volkswirtschaftslehre, Steuern, Wirtschaftsrecht und Wirtschaftsinformatik,
  - > über eine wirtschaftsbezogene Mehrsprachigkeit,
  - > über ein interkulturelles Bewusstsein und
  - > über professionelle Sozialkompetenzen zur Verhandlungsführung, zur Präsentation von Problemen und Lösungen, zum Moderieren und Leiten von Sitzungen, zum Projektmanagement und zur Führung aus einem zuvor erfolgreich absolvierten wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang.
- Sie haben in diesem Studiengang zudem die Fähigkeit zur Erschließung neuer Gebiete der Wirtschaftswissenschaften und zur selbstständigen Weiterbildung erlangt.
- Ferner haben sie diese Qualifikationen und Kompetenzen bereits während oder nach dem zuvor absolvierten Studium erfolgreich in der betrieblichen Praxis erprobt.

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

Personalwirtschaftliche Masterarbeit



Stand: 12.07.2019

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden werden befähigt, ihr Wissen um das Human Resource Management in verantwortlichen Aufgaben in eigenständiges Handeln umzusetzen und ihre Aktivitäten kritisch zu reflektieren.

Daneben werden Kommunikations- und Teamfähigkeit, soziale und analytische Kompetenzen erlernt. Die Beratung zur mündlichen und/oder schriftlichen Prüfung regt Kreativität sowie sprachliche Fähigkeiten an und vermittelt Recherche- sowie Arbeitstechniken.

### Inhalte des Moduls:

Die Konsequenzen von EU-Richtlinien sowie von Veränderungen der Arbeitsmarkt- und Kundenstruktur, des Konsumverhaltens, der Kundenbeziehungen und der Employer Relations werden an exemplarischen Themen verdeutlicht. Aktuell stehen dabei im Mittelpunkt:

> Diversity Management: Aus dem Bestreben heraus, möglichst viele Teilmärkte abzudecken und zugleich jegliche Diskriminierung zu vermeiden, trägt man dafür Sorge, dass recht viele Bevölkerungsgruppen und beide Geschlechter in einem angemessenen Verhältnis in die Belegschaft integriert werden.

> Gender Mainstreaming: Die aufgrund ihrer Geschlechterrollen unterschiedlichen Interessen und Lebenssituationen von Frauen und Männern werden zum zentralen Bestandteil bei allen Entscheidungen und Prozessen im Unternehmen gemacht.

> Personalbindung: Der verschärfte "War for Talent" mündet in Maßnahmen, die die Verweildauer der vom Arbeitgeber gewünschten Beschäftigten im Unternehmen verlängern und intensivieren.

> Work-Life-Balance: Ein ausgewogenes Gleichgewicht zwischen Berufs- und Privatleben, zwischen Arbeits- und Freizeit, betrifft nicht nur die Vereinbarkeit von Beruf und klassischer Familie, sondern auch die wachsende Gruppe derer, die kein traditionelles Familienleben führen.

Diese Themen werden in ihren

- > ökonomischen,
- > betriebspädagogischen,
- > organisationspsychologischen und
- > arbeitsrechtlichen

Dimensionen beleuchtet.

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

### Dozenten:

Prof. Dr. Bröckermann und Prof. Dr. Cisik

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

### Lehrsprache:

Deutsch

### Inhalt:

Im Seminar werden exemplarische Aufgabenfelder des Human Resource Managements vertieft dargestellt und diskutiert. Die Auswahl der Aufgabenfelder erfolgt jedes Semester neu.



Stand: 12.07.2019

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

Die Studierenden recherchieren für ihre Präsentationen bzw. Projekte eigenständig nach Quellen.

Ergänzend:

- Atteslander, P., Methoden der empirischen Sozialforschung, 13. A., Berlin 2010  
Bartscher, T. u. Nissen, R., Personalmanagement, 2. A., Hallbergmoos 2017  
Berthel, J. u. Becker, F. G., Personal-Management, 11. A., Stuttgart 2017  
Breisig, T., Personal, 2. A., Herne 2016  
Bröckermann, R., Personalwirtschaft, 7. A., Stuttgart 2016  
Bröckermann, R., Prüfungstraining Personalwirtschaft, Stuttgart 2014  
Bröckermann, R. u. Pepels, W. (Hrsg.), Handbuch Personalbindung, 2. A., Berlin 2013  
Bröckermann, R. u. Pepels, W. (Hrsg.), Handbuch Personaleinsatz, 2. A., Berlin 2013  
Bröckermann, R. u. Pepels, W. (Hrsg.), Handbuch Personalfreisetzung, 2. A., Berlin 2013  
Bröckermann, R. u. Pepels, W. (Hrsg.), Handbuch Personalgewinnung, 2. A., Berlin 2013  
Bröckermann, R. u. Pepels, W. (Hrsg.), Handbuch ERM-Fallstudien, Berlin 2014  
Bühner, R., Personalmanagement, 3. A., München 2005  
Giesen, T., Wirtschaftsrecht: Arbeitsrecht, Herne 2016  
Dessler, G., Fundamentals of Human Resource Management, 4th Ed., Boston u. a. 2016  
Hentze, J. u. Kammel, A., Personalwirtschaftslehre 1, 7. A., Bern 2001  
Hentze, J. u. Graf, A., Personalwirtschaftslehre 2, 7. A., Bern 2005  
Holtbrügge, D., Personalmanagement, 7. A., Berlin 2018  
Jung, H., Personalwirtschaft, 10. A., Berlin u. a. 2017  
Jung, H., Arbeits- und Übungsbuch Personalwirtschaft, 3. A., München 2012  
Kirschten, U., Nachhaltiges Personalmanagement, Konstanz 2017  
Klimecki, R. G. u. Gmür, M., Personalmanagement, 3. A., Stuttgart 2005  
Martin, A. u. Bartscher-Finzer, S., Personal, Stuttgart 2015  
Mentzel, W., Personalentwicklung, 5. A., München 2018  
Nerdinger, F. W., Blickle, G. u. Schaper, N. (Hrsg.), Arbeits- und Organisationspsychologie, 3. A., Berlin 2014  
NWB Redaktion (ohne Verfasser), Wichtige Arbeitsgesetze, 24. A., Herne 2017  
Oechsler, W. A. u. Paul, C., Personal und Arbeit, 11. A., Berlin u. a. 2019  
Ringlstetter, M. u. Kaiser, S., Humanressourcen-Management, München 2008  
Rowold, J., Human Resource Management, 2. A., Berlin 2015  
Scherer, E. u. Süß, S., Personalmanagement, 3. A., München 2016  
Schmeisser, W., Finanzorientierte Personalwirtschaft, München 2008  
Schmeisser, W., Andresen, M. u. Kaiser, S., Personalmanagement, Konstanz 2013  
Scholz, C., Personalmanagement, 6. A., München 2014  
Senne, P., Arbeitsrecht, 10. A., München 2018  
Staffelbach, B., HRM Basics, München 2016  
Steckler, B., Strauß, R. u. Bachert, P., Arbeitsrecht und Sozialversicherung, 8. A., Herne 2016  
Stock-Homburg, R., Personalmanagement, 3. A., Wiesbaden 2013  
Torrington, D., Hall, L., Taylor, S. u. Atkinson, C., Fundamentals of Human Resource Management, Harlow 2009  
Treier, M., Personalpsychologie im Unternehmen, München 2009  
Wolff, B. u. Lazear, E. P., Einführung in die Personalökonomik, Stuttgart 2001

### Besonderes:

./.



## Course Specification

Date: 06.05.2020

**Module code:**

MBM 20105, MBM 20205, IMM 202

**Module name:**

International Management II

**Contact hours:**

4 lecture hours per week

**Credits:**

5 CP

**Weighting:**

(5 CP / 60 CP)\*0,75

**Module coordinator:**

Prof. Dr. Winnewisser

**Course of study:**

MIM; IMM; MBM

**Intended Semester:**

2nd semester

**Module frequency:**

Each semester

**Duration:**

1 Semester

**Type of Module:**

Compulsory subject

**Form of assessment:**

Assignment/ incl. presentation (Group)

---

**Prerequisites:**

Basic knowledge of business studies, economics, law, languages, international business.

**Applicability of this module to other study programmes:**

./.

**Applicability of this module to other study programmes:**

The module is offered in:

Master Business Management

Master Internationales Marketing

**Objectives; competencies to be gained:**

Students will acquire skills to work independently and to assume responsibility in multinational corporations. Students will learn to assess the opportunities and risks in international business and develop strategies for internationalization.

**Module content:**

„Strategies for the globalized world“



## Course Specification

Date: 06.05.2020

### Total workload:

Lectures: 60 hours / Post lecture, group work, presentation: 60-90 hours

---

### Lecturer:

Prof. Dr. Winnewisser

### Teaching method:

Seminar

### Language of instruction:

English / German

### Topics:

- Trends shaping the future competitive landscape
- Understanding global forces
- Exploring international opportunities
  - Developing an international strategy
  - Changes and risks of FDI
  - Partner selection in an international context
- Case studies for the fastest growing regions

### Teaching / Reading material:

Compulsory:

Comprehensive lecture notes (in English)

Additional material/ Recommended reading:

Jahrmann, F.-U.: Außenhandel, 13. Auflage, Kiehl Verlag, 2010

Kutschker, M., Schmid, S.: Internationales Management, 7. Auflage, Oldenbourg, 2010

Deresky, H.: International Management. Managing Across Borders and Cultures. Text and Cases, 7th edition, Prentice Hall, 2010

Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M.: International Economics, 9th edition, Prentice Hall, 2011

Salvatore, D.: Introduction to International Economics, 2nd edition, John Wiley & Sons, 200

### Misc.:

Discussions on current articles relating to the topic.

## Course Specification

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Date: 06.05.2020

**Module Code:**

MBM 203

**Module Name:**

Bank- and Finance Management

**Lectures/ Contact hours:**

4 lecture hours per week

**Credits:**

5 CP

**Weighting:**

(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Module Co-ordinator:**

Prof. Dr. Bernd Müller

**Course of study:**

MBM

**Intended Semester:**

2nd Semester

**Module frequency:**

Each term

**Duration:**

1 Semester

**Type of Module:**

Optional compulsory module

**Form of assessment:**

Written examination

**Prerequisites:**

Good knowledge in business English. Basic knowledge in banking and financial management with particular focus on internal and external financing according to the Bachelor standards of Niederrhein University of Applied Sciences.

**Applicability of this module in the same study program:**

This module completes the „banking“ view to different kinds of majors in various disciplines of the Master program.

**Applicability of this module to other study programs:**

**Objectives; competencies to be gained:**

To develop students' ability to independently evaluate opportunities and risks of business potential in results-oriented banking and financial management.

Students will acquire skills to identify scientifically based approaches relating to aspects of strategic banking. To enable students to identify relevant financial services in companies as a management responsibility, to analyze the benefits and risks of financial instruments and to apply these instruments appropriately.

## Course Specification



Date: 06.05.2020

### Teaching and learning methods

Lectures/Case Studies/Guest lecturers

### Language of instruction:

English

### Module content:

Introduction to Investment Banking  
Structure of the German Banking System  
Reasons for and consequences of the global financial crisis  
European Banking union  
Business strategies of Investment Banks  
Private Equity  
Mergers and Acquisitions  
Initial Public Offering  
International Project Finance  
Debt and equity underwriting  
Asset Management

### Total workload:

Lectures: 60 hours / Independent study: pre lecture: 30 hours / post lecture: 60 hours

---

### Module Part I:

Bank Management

### Lecturer:

Prof. Dr. Bernd Müller

### Teaching method:

Seminar with discussions and work groups

### Language of Instruction:

English

### Module content:

- Strategic positioning of banking services
- Service strategies of commercial banks and investment banks
- Customer focus as a strategic business approach
- Risk Management methods
- Refinancing strategies of the capital market

### Miscellaneous:

guest lectures relating to Banking & Finance



Date: 06.05.2020

---

## Module Part II:

Sophisticated forms of Corporate Finance

### Lecturer:

Prof. Dr. Bernd Müller

### Teaching method:

Lectures

### Language of instruction:

English

### Module content:

Aspects of bank-based and capital market-based corporate financing  
Banking facilities for internationally oriented corporations  
Asset Securitisation  
Currency risk and interest rate risk management  
Capital markets as a source of debt and equity financing  
Turnaround Financing

### Teaching/Reading material:

Liaw, K. Thomas: The Business of Investment Banking

Müller, Bernd R.: Introduction to Financial Management

Saunders/Cornett: Financial Markets and Institutions

## Course Specification

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Date: 13.03.202006.05.2020

**Module code:**

MBM 20401, MIM 204

**Module name:**

Management Accounting & Energy Management Accounting (Sustainability Management Accounting)

**Contact hours:**

4 lecture hours per week

**Credits:**

5 CP

**Weighting:**

5 CP/ 120 CP

**Module coordinator:**

Prof. Dr. Nissen

**Course of study:**

MIM; MBM

**Intended Semester:**

2 nd semester

**Module frequency:**

Each semester

**Duration:**

1 Semester

**Type of module:**

Optional compulsory module

**Form of assessment:**

Written examination

**Prerequisites:**

Students are expected to have a basic knowledge of managerial accounting/controlling and investment appraisal.

**Applicability of this module to other study programmes:**

./.

**Objectives; competencies to be gained**

On completion of this course students will:

- have a broad understanding of what management accounting is;
- know, how to controll cost centres und how to calculate products;
- be able to set a system to control an enterprise;
- have refreshed their knowledge on investment appraisal methods;
- be trained to set up investment appraisal models;
- be able to implement an energy management system and to develop an energy performance indicator system;
- be able to develop ideas on how to reduce the energy consumption;
- have a broad overview and understanding of energy supply technologies;



Date: 13.03.202006.05.2020

- have a comprehensive knowledge of the business aspects of energy management;
- know how to integrate the energy issues of a company into normal accounting systems;
- and will be able to communicate effectively with engineering colleagues on energy management related issues.

**Module content:**

N <sup>o</sup>	Topic
<b>0</b>	<b>Introduction</b>
<b>1</b>	<b>Management Accounting</b>
1.1	Variance analysis
1.2	Budgeting
1.3	Cost Centre Accounting
1.4	Product Costing
1.5	Cost calculation systems
1.6	Controlling of an enterprise
<b>2</b>	<b>Valuation of investments</b>
2.1	Investment Appraisal – Methods
2.2	Investment Appraisal – Modelling
<b>3</b>	<b>Energy Management, sustainability accounting</b>
3.1	Introduction to energy, thermodynamics, electricity, and sustainability accounting
3.2	Energy efficiency in industry
3.3	Energy Management Systems
3.4	Energy Performance Indicator Systems
<b>4</b>	<b>Applied investment appraisals</b>
4.1	Valuation of energy related investments (heating systems, cogeneration unit, photovoltaic systems, heat pump, wall insulation)
4.2	Valuation of non-energy related investments
<b>5</b>	<b>Management accounting with incorporated energy management</b>
<b>Written examination</b>	

**Total workload:**

Lectures: 60 hours / Independent study: pre lecture: 30 hours, post lecture 60 hours

**Lecturer:**

Prof. Dr. Nissen

**Teaching method:**

## Course Specification

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Date: 13.03.202006.05.2020

Front end lecture, application oriented, problem-based learning style.

### Language of instruction:

English

### Module content:

Due to rising energy prices and therefore growing energy expenditures within companies, one of the major challenges and priorities for business is the development of energy efficiency initiatives. This course integrates conventional management accounting and investment appraisal skills with a foundation level knowledge of energy engineering and provides students with the skills to communicate effectively with engineering colleagues to facilitate innovative energy management solutions for business.

### Teaching/reading material:

Harrison/Horngreen: Managerial Accounting, 2014

Nissen: Energiekostenmanagement, 2014

Nissen/Harfst/Girbig: Energiekennzahlen auf den Unternehmenserfolg ausrichten, 2018

### Misc.:

./.

# Course Specification

**Hochschule Niederrhein**  
University of Applied Sciences



**Wirtschaftswissenschaften**  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Date: 13.03.202006.05.2020

---

## Course Specification



Date: 09.07.2019

**Module code:**  
MIM 202, MBM 20402

**Module name:**  
International Procurement

**Contact hours:**  
4 lecture hours per week

**Credits:**  
5 CP

**Weighting:**  
MBM:  $(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,75$   
MIM:  $(5 \text{ CP} / 60 \text{ CP}) * 0,75$

**Module coordinator:**  
Prof. Dr. Zeisel

**Course of study:**  
MIM, MBM

**Intended Semester:**  
2nd semester

**Semester frequency:**  
Every semester

**Duration:**  
1 Semester

**Type of module:**  
Compulsory subject for MIM, Optional for MBM

**Examination:**  
Written examination

**Prerequisites:**  
Good command of English

**Applicability of this module in the same study programme:**  
This module complements the focus area "Strategisches Beschaffungsmanagement" of MBM students

**Applicability of this module to other study programmes**  
This module is offered in:  
Master Business Management  
Master International Management

**Objectives; competencies to be gained**  
Students will get a comprehensive overview over strategic procurement process in an international environment. Practical negotiation skills will be honed by case studies. On top, different options on how to organize the procurement function in an international context will be discussed.

# Course Specification



Date: 09.07.2019

**Module content:**

International Procurement

**Total workload:**

Lectures: 50 hours/ Independent study: pre lecture 30 hours, post lecture and exam preparation: 70 hours

---

**Lecturer:**

Prof. Dr. Zeisel

**Teaching method:**

Seminar

**Language of instruction:**

English

**Module content:**

International Procurement:

Review the sourcing process with an emphasis on international procurement aspects. The module will thereby deal with the general sourcing process as such, but also touch on global sourcing and off-shoring/ outsourcing elements. Practical aspect of supplier selection will be trained with a fundamental understanding of influencing and in-depth negotiation exercises.

Furthermore, the module will build an understanding of the underlying infrastructure of procurement, i.e. organization and personnel, and how to transform the infrastructure towards the overriding procurement strategy.

**Teaching / Reading material:**

Compulsory:

- Lecture notes

Additional material/ Recommended reading:

- AberdeenGroup (2005): Low Cost Country Sourcing Success Strategies, June 2005
- Hanfield, R./Monczka, R./Giunier, L.; Patterson, J. (2011): Sourcing and Supply Chain Management, 5th edition, Cengage Learning
- Schuh, C./Strohmer M./Easton, S./Scharlach, A./Schabert, P. (2012): The CPO – Transforming Procurement in the Real World, Apress
- Bolman, L./Deal, T. (2013): Reframing Organizations, John Wiley & Sons
- Cialdini, R. (2006): Influence – The Psychology of Persuasion, HarperBusiness
- Gates, S. (2011): The negotiations book, Wiley

**Misc.:**

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

**Modulnummer:**

MBM 20501

**Modulbezeichnung:**

Organisationskultur und Informationsmanagement

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Modulverantwortlicher:**

Prof. Dr. Karla

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

2. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**

Die Prüfungsleistung besteht entweder (A) aus einem Kolloquium (Gewichtung: 50%) und der Teilnahme an einer schriftlichen Klausur (Gewichtung: 50%) oder (B) aus einem Kolloquium (Gewichtung: 50%) und einer schriftlichen Hausarbeit (Gewichtung: 50%) oder (C) aus der erfolgreichen Teilnahme an einer Klausur (Gewichtung: 100%) oder (D) aus einem Kolloquium (Gewichtung 100%). Die endgültige Form der zu erbringenden Prüfungsleistung (A, B, C oder D) wird zu Beginn der ersten Lehrveranstaltung bekanntgegeben. In der Regel erfolgt die Prüfungsleistung der Form D.

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

Verstehen von Organisationen als Gebilde (Systeme), deren Gesamtaufgabe in Form von Geschäftsprozessen durch das arbeitsteilige Zusammenwirken ihrer miteinander in Beziehung stehenden Handlungseinheiten erfüllt wird.

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

./.

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.

**Zu erwerbende Kompetenzen:**

Erläutern können, warum Verhaltensaspekte eine zentrale Rolle in Organisationen spielen.  
Verschiedene Formen und Konzepte des Verhaltens in und von Organisationen diskutieren können.  
Instrumente des Managements von Organisationsverhalten erklären und anwenden können.



Stand: 06.05.2020

Organisationalen Wandel mit seinen Ursachen und Folgen erläutern können.  
Erkennen, welchen Beitrag das Informationsmanagement als Querschnittsaufgabe zum Erfolg des Gesamtunternehmens leistet. Verstehen, dass Informationsmanagement eine Führungsaufgabe ist. Die Bedeutung des Informationsmanagements für eine integrative Gesamtsicht auf Geschäftsprozesse erkennen. Auswirkungen eines Informationssystems auf Organisationen erkennen und beeinflussen.  
Darüber hinaus werden die kommunikativen und kooperativen Fähigkeiten durch Gruppenarbeiten weiterentwickelt: Fallbeispiele werden in Teams erörtert und präsentiert, Lösungsansätze werden gemeinsam diskutiert, Projektaufgaben gemeinsam bearbeitet.

### Inhalte des Moduls:

Verhalten von Individuen und Gruppen in Organisationen;  
Management des Organisationsverhaltens;  
Konzepte und Methoden des organisationalen Wandels;  
Konzepte des Informationsmanagements und deren Unterschiede;  
Methoden und Verfahren des Managements der Informationswirtschaft;  
Einsatz von Informationssystemen als sozio-technische Systeme in Organisationen;  
Führungsaufgaben des Informationsmanagements

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 50 h Vorarbeit / 40 h Nacharbeit

---

### Modulteil a:

Organisationsverhalten und -kultur

### Dozent:

Dr. Senem Yazici

### Art der Lehrveranstaltung:

seminaristische Lehrveranstaltung mit Anwesenheitspflicht

### Lehrsprache:

Deutsch, solide Englischkenntnisse werden vorausgesetzt

### Inhalt:

Individuen innerhalb einer Organisation, insbes.

- Persönlichkeit
- Einstellungen
- Motivation

Gruppen und Teams in Organisationen, insbes.

- Gruppenstrukturen und -prozesse
- Macht, Politik, Konflikte
- Führungsverhalten

Organisationssystem, insbes.

- Organisationsstruktur
- Organisationskultur
- Organisationaler Wandel

### Verwendete Literatur:

Stephen P. Robbins: Organisation der Unternehmung, neueste Auflage, München

Schein E.H.: Organisationskultur, neueste Auflage

Hofstede, G.: Culture and Organizations, neueste Auflage

Weitere Literaturhinweise werden bei Bedarf in der Veranstaltung bekannt gegeben.

### Besonderes: ./.

---



Stand: 06.05.2020

### Modulteil b:

Informationsmanagement

### Dozent:

Prof. Dr. Karla

### Art der Lehrveranstaltung:

seminaristische Lehrveranstaltung mit Anwesenheitspflicht / Vorlesung

### Lehrsprache:

Deutsch

### Inhalt:

- Konzepte und Modell des Informationsmanagements
- Management der Informationsnachfrage und des Informationsangebots
- Management der Informationsquellen und -ressourcen
- Management der Daten
- Management der Prozesse
- Management des Anwendungslebenszyklus
- Softwareeinführung und Technochange
- Management der Verarbeitung und Speicherung
- Management der Kommunikation
- Management der Informationssicherheit
- IT-Governance und IT-Controlling
- Management der Leistungserbringung
- Dienstleistungsorientierung und Cloud Computing
- Ubiquitous Computing
- Aktuelle Fragestellungen des Informationsmanagements

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

Krcmar: Informationsmanagement, aktuelle Auflage.

Krcmar: Einführung in das Informationsmanagement, aktuelle Auflage.

Ergänzend:

Heinrich, Stelzer: Informationsmanagement, aktuelle Auflage.

### Besonderes:

./.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

### Modulnummer:

MBM 20502, MWI 20302, MWI 30302,

### Modulbezeichnung:

Tools, Systeme und Methoden des Human Resource Management

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

(5 CP / 90 CP)\*0,75

### Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Mülder

### Studiengang:

MBM, MWI

### Semester:

2. Fachsemester

### Angebotsturnus:

jedes Semester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

Wahlpflichtmodul

### Art der Prüfung:

Projektarbeit

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Keine

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

Dieses Modul ergänzt in Teilen die Schwerpunkte Human Resource Management.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird im Master Studiengang Wirtschaftsinformatik und Master Business Management angeboten.

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden lernen, in interdisziplinären Projekten (Personalwirtschaft und IT) gemeinsam ein Projektziel zu definieren und zu erreichen. Während der Projektarbeit sind etwaige Hindernisse zu bewältigen, Visionen zur Lösung zu formulieren, Ergebnisse sowie Empfehlungen für die Umsetzung zu erzielen und darzustellen. Die Studierenden werden befähigt, ihr Wissen um das Human Resource Management und die Informationstechnik in eigenständige Forschungsarbeiten umzusetzen und ihre Aktivitäten kritisch zu reflektieren. Die schriftliche Darstellung der Lösungen regt Kreativität sowie sprachliche Fähigkeiten an und vermittelt Arbeitstechniken.



Stand: 06.05.2020

### Inhalte des Moduls:

Die Studierenden werden in Forschungsprojekte eingebunden, die an der Schnittstelle zwischen Informationstechnologie und Human Resource Management angesiedelt sind, z. B.

- Analyse personalwirtschaftlicher Geschäftsprozesse und Entwicklung von Vorschlägen zur Prozessoptimierung
- Anwenderstudien zur Erhebung von Anforderungen an zukünftige IT-Tools für Human Resource Management (z.B. Web 2.0)
- Evaluation von HR-Software anhand systematischer Softwaretests, Anwendung von Testmethoden.
- Studie über die Einsatzmöglichkeiten webbasierter HR-Systeme (z.B. E-Recruiting) in Kooperation mit Unternehmen
- Studie über die Einsatzmöglichkeiten mobiler HR-Systeme (z.B. für mobiles Lernen), Abschätzung von Kosten und Nutzen.

Als Forschungsmethoden werden empirische Sozialforschung, Evaluation von Softwarequalität, Benutzerforschung und Testmethoden angewandt.

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

### Dozent:

Prof. Dr. Müller

### Art der Lehrveranstaltung:

Projektseminar

### Lehrsprache:

Deutsch, phasenweise auch Englisch

### Inhalt:

Tools und Systeme für die moderne Personalarbeit  
Webbasierte HRM-Systeme (Portale, Employee Self Service, E-Recruiting)  
Social Media für HRM  
Methoden des HRM (Erhebungsmethoden, Analysemethoden, Evaluationsmethoden)

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

Abts/Müller: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, neueste Aufl., Wiesbaden

Abts/Müller: Masterkurs Wirtschaftsinformatik, neueste Aufl. Wiesbaden

Ergänzend:

Bröckermann, R.: Personalwirtschaft, neueste Aufl., Stuttgart

Strohmeier, S: Informationssysteme für das Personalmanagement, neueste Aufl. Wiesbaden

### Besonderes:

Gastvorträge von HR-Managern

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 01.02.2020

**Modulnummer:**  
MBM 20503

**Modulbezeichnung:**  
Digital Business

**Modulumfang:**  
150 Stunden

**Credits:**  
5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**  
(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Modulverantwortliche/r:**  
Prof. Dr. Kaufmann

**Studiengang:**  
MBM

**Semester:**  
2. Fachsemester

**Angebotsturnus:**  
Sommersemester

**Dauer des Moduls:**  
1 Semester

**Art des Moduls:**  
Wahlpflicht

### Art der Prüfung:

Die Prüfungsleistung besteht entweder (A) aus einem Kolloquium mit Vortrag (Gewichtung: 25%) und der Teilnahme an einer schriftlichen Klausur (Gewichtung: 75%) oder (B) aus einer schriftlichen Hausarbeit mit Vortrag (Gewichtung: 50%) und aus einem Kolloquium (Gewichtung: 50%) oder (C) aus der erfolgreichen Teilnahme an einer Klausur (Gewichtung: 100%) oder (D) aus einer schriftlichen Hausarbeit (Gewichtung: 25%) und der erfolgreichen Teilnahme an einer Klausur (Gewichtung: 75%) oder (E) aus einem Kolloquium mit Vortrag (Gewichtung: 100%). Die endgültige Form der zu erbringenden Prüfungsleistung (A, B, C, D oder E) wird zu Beginn der ersten Lehrveranstaltung bekanntgegeben. In der Regel erfolgt die Prüfungsleistung der Form B.

---

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

./.

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

./.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

./.

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Studierende sollen die Anforderungen an Entscheider und Entscheidungsunterstützung, z. B. durch Controlling, im Zeitalter der Digitalisierung kennenlernen und das notwendige Handwerkszeug erler-



Stand: 01.02.2020

nen. Hierfür werden gemeinsam die Anforderungen erarbeitet und das notwendige Handwerkszeug untersucht. Die Studierenden

- können gängige Methoden der Strategiearbeit, z.B. Porter, St. Gallener Modell oder BCG Matrix einordnen und diskutieren
- können die Operationalisierung von Unternehmensstrategie und ihre Herausforderungen erklären
- können Auswirkungen durch technologische Entwicklung auf Unternehmensstrategien und deren Umsetzung benennen, erklären und einordnen
- können Werkzeuge der Entscheidungsunterstützung oder des Controllings, bspw. Multidimensionale Deckungsbeitragsrechnungen, konzeptionell erarbeiten und beschreiben.
- können Methoden des Data Management und Modelling, sowie Methoden der Datenanalyse gezielt auszuwählen, einsetzen und selbständig anwenden
- können die Rolle des Controllings als Business Partner in einer digitalen Welt diskutieren und die Werkzeuge des Business Partnering vergleichen und bewerten
- können die Ergebnisse ihrer Analysen sach- und adressatengerecht aufbereiten, visualisieren und präsentieren

### Inhalte des Moduls:

In der Veranstaltung werden die Studierenden mit der umfangreichen Welt der Steuerung und Strukturierung von Unternehmen im Zeitalter der Digitalisierung vertraut gemacht. Neben eines allgemeinen datengetriebenen Steuerungsverständnisses und einer Einordnung gängiger Methodik, erfolgt ein konsistenter Durchstich von der Unternehmensstrategie, über ein digitales Performance Management und Measurement mit modernen, digitalen Controllingwerkzeugen bis in die Daten eines Unternehmens. Hierbei werden einzelne ausgewählte Methoden des Information und Data Management sowie multidimensionaler Analysen vertieft, diskutiert und erprobt. Begleitet wird der Change zu einer digitalisierten Steuerung durch das Controlling in der Rolle des Business (Sparrings-)Partners. Methoden und Vorgehensweisen werden erarbeitet, präsentiert und im Plenum diskutiert.

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

44 h Präsenzzeit / 66 h Vorbereitung / 40 h Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung

---

### Dozent/in:

Dr. Volknant

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminaristische Lehrveranstaltung mit Anwesenheitspflicht / Übung

### Sprache:

Deutsch

### Inhalt:

- **Digital Transformation and Digitalization**
- **Data-driven Management**
- Business Architecture
- Digital Performance Management
- Information & Data Management
- Multidimensional Analysis
- Business Partnering

### Verwendete Literatur:

Literatur wird in der Veranstaltung genannt.

Einführend:

- Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele – Prozesse – Verfahren, aktuelle Auflage



Stand: 01.02.2020

- Roth, A.: Ganzheitliches Performance Management: Unternehmenserfolg durch Perpektivenintegration in ein Management Cockpit, aktuelle Auflage
- Horváth, P.; Gleich, R.; Seiter, M.: Controlling, aktuelle Auflage
- Hanschke, I.: Enterprise Architecture Management - einfach und effektiv: Ein praktischer Leitfaden für die Einführung von EAM, aktuelle Auflage
- DAMA International: DAMA-DMBOK: Data Management Body of Knowledge, aktuelle Auflage
- Swientozielskyj: Business Partnering, aktuelle Auflage

Ergänzend:

- Krause, H.U.; Arora, D.: Controlling-Kennzahlen - Key Performance Indicators: Zweisprachiges Handbuch Deutsch/Englisch - Bi-lingual Compendium German/English, aktuelle Auflage
- Baum, H.G.; Coenenberg, A.G.; Günther, T.: Strategisches Controlling, aktuelle Auflage
- Taschner, A.: Management Reporting: Erfolgsfaktor internes Berichtswesen
- Hanschke, I.: Business Analyse - einfach und effektiv: Geschäftsanforderungen verstehen und in IT-Lösungen umsetzen, aktuelle Auflage
- Laudon / Laudon: Management information systems: managing the digital firm. Harlow, England: Pearson. Latest edition.

**Besonderes:**

**Literatur / Materialien / Werkzeuge / Software tlw. in englischer Sprache**

**Einsatz eines eigenen Notebooks erforderlich**

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

**Modulnummer:**

MBM 30101, MBM 30201

**Modulbezeichnung:**

Aktuelle Fragestellungen des Beschaffungsmanagement

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Modulverantwortlicher:**

Prof. Dr. Muschinski

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

3. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**

Hausarbeit

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

Gewünscht ist die Teilnahme an den Modulen Strategisches Beschaffungsmanagement II (MBM 20101/MBM 20201) sowie Strategisches Beschaffungsmanagement I (MBM 10101/MBM 10201)

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

Das Modul baut auf die Grundlagenveranstaltungen des Studienschwerpunktes Beschaffungsmanagement auf.

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.

**Zu erwerbende Kompetenzen:**

Die Studierenden erwerben ein fachspezifisches, wissenschaftliches Methodenwissen, um beschaffungsspezifische Problemstellungen zu erkennen und selbstständig geeignete Lösungsansätze zu entwickeln.

**Inhalte des Moduls:**

Die Inhalte werden durch die jeweils aktuellen Fragestellungen in Einkauf und Logistik bestimmt. Erarbeitete Lösungsansätze sollen nach Möglichkeit in Unternehmen erprobt werden.

**Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:**

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorbereitung / 60 h Nacharbeit

---

### **Dozent:**

Prof. Dr. Muschinski

### **Art der Lehrveranstaltung:**

Seminaristische Veranstaltung / Projektseminar

### **Lehrsprache:**

Deutsch

### **Inhalt:**

wechselnde aktuelle Themengebiete, die in Form anwendungsorientierter Forschungsprojekte mit Studierenden vorzugsweise mit Unternehmen durchgeführt werden

### **Verwendete Literatur:**

Die Literaturbasis orientiert sich am jeweiligen Forschungsschwerpunkt

### **Besonderes:**

Fallstudien mit Unternehmen

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

### Modulnummer:

MBM 30102, MBM 30202

### Modulbezeichnung:

Wertorientiertes Beschaffungsmanagement

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

(5 CP / 90 CP)\*0,75

### Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Koch

### Studiengang:

MBM

### Semester:

3. Fachsemester

### Angebotsturnus:

jedes Semester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

Wahlpflichtmodul

### Art der Prüfung:

Hausarbeit inkl. Präsentation

---

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Gute Kenntnisse der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, insbesondere der Grundlagen in den Bereichen Einkauf, Beschaffung, Materialwirtschaft und Logistik

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

./.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden erwerben ein fachspezifisches, wissenschaftliches Fach- und Methodenwissen, um Problemstellungen des wertorientierten Beschaffungsmanagements zu erkennen und selbstständig geeignete Lösungsansätze zu entwickeln. Sie werden sich mit komplexen, interdisziplinären Problemen des wertorientierten Beschaffungsmanagements auseinandersetzen. Ziel ist es dabei besonders, den Studierenden die relevanten Aspekte der Wertorientierung innerhalb des Beschaffungsmanagements wissenschaftlich fundiert aber praxisorientiert zu vermitteln und die Studierenden anhand von Praxis- und Fallbeispielen für diese wichtige Form des zukunftsorientierten Beschaffungsmanagements zu befähigen.

### Inhalte des Moduls:



Stand: 06.05.2020

Zunächst werden die zentralen Bestandteile des wertorientierten Managements erarbeitet. Auf dieser Basis werden die Elemente auf das Beschaffungsmanagement übertragen (Fragestellung: Welche Wertbeiträge kann die Beschaffung zum Unternehmenserfolg leisten?). Dazu werden dann Vorgehensweisen und Analysetools zur Wertsteigerung aus Beschaffungssicht vorgestellt und anhand von Praxis-/Fallstudien umgesetzt.

### **Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:**

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

### **Dozent:**

Prof. Dr. Koch

### **Art der Lehrveranstaltung:**

Seminaristische Lehrveranstaltung / Projektarbeit

### **Lehrsprache:**

Deutsch

### **Inhalt:**

- Zentrale Bestandteile des wertorientierten Managements
- Elemente des ganzheitlichen Beschaffungsmanagements
- Erarbeitung: mögliche Wertbeiträge der Beschaffung zum Unternehmenserfolg
- Erarbeitung Vorgehensweisen und Analysetools zur Wertsteigerung aus Beschaffungssicht
- Umsetzung durch Praxis-/Fallstudien

### **Verwendete Literatur:**

Pflicht:

Large, R. (2009), Strategisches Beschaffungsmanagement: Eine praxisorientierte Einführung. Mit Fallstudien

Ergänzend:

Schweickart, N, Töpfer, A. (2005) Wertorientiertes Management: Werterhaltung - Wertsteuerung - Wertsteigerung ganzheitlich gestalten

Wagenhofer, A., Hrebicek, G. (2000), Wertorientiertes Management

Weitere aktuelle Bücher (z.B. zum Value Based Management, zum strategischen Beschaffungsmanagement), wissenschaftliche Fachaufsätze, externe Skripte, eigene Forschungsberichte und gesondertes Vorlesungsskriptum, aktuelle themenbezogene Bachelor- u. Masterthesen, Habilitations- und Promotionsschriften

Unterlagen der Deutschen Forschungsgemeinschaft und der Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungseinrichtungen AiF

### **Besonderes:**

Diskussion aktueller Unternehmensanalysen, -berichte, Zeitungsartikel, Einbeziehung externer Führungskräfte für Fachvorträge, Exkursionen, Fallstudien bei realen Unternehmen etc.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

### Modulnummer:

MBM 30103, MBM 30203, IMM 20601

### Modulbezeichnung:

Ausgewählte Fragestellungen des Markenmanagements

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

$(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,75$

### Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Geise

### Studiengang:

MBM, IMM

### Semester:

2. und 3. Fachsemester

### Angebotsturnus:

jedes Semester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

Wahlpflichtmodul

### Art der Prüfung:

Projektarbeit

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Modul „Wirtschaftsstatistik“ in einem vorangegangenen Bachelorstudium und Erfahrung mit der Anwendung der Statistiksoftware SPSS

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

./.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird in folgenden Studiengängen angeboten:

Master Business Management

Master Internationales Marketing

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden vertiefen ihre fachwissenschaftlichen und methodischen Kenntnisse durch die aktive Mitarbeit im Rahmen eines empirischen Forschungsprojekts aus dem Bereich des Markenmanagements.

Sie sind fähig, aktuelle Erkenntnisse bzgl. des Forschungsthemas in der Fachliteratur zu identifizieren und darzustellen. Sie kennen relevante theoretische und empirische Aspekte des Forschungsthemas (Erklärungsansätze/Modelle/Theorien, theoretische Konstrukte, Messansätze, Studienergebnisse etc.). Sie sind fähig, einzelne Forschungsphasen im Team zu organisieren, datenerhebungs- und datenauswertungsbezogene Probleme zu lösen und zielführend Forschungsergebnisse zu erarbeiten.



Stand: 06.05.2020

Sie sind fähig, Ergebnisse der Gruppenarbeit zu dokumentieren und in der Lehrveranstaltung zu präsentieren.

Die Studierenden sind fähig, einen standardisierten Fragebogen zu konstruieren, Daten durch persönliche Befragung zu erheben und diese Daten mit SPSS auszuwerten. Sie kennen die typischen Phasen eines empirischen Forschungsprojekts. Die Mitarbeit in dem Forschungsprojekt befähigt die Studierenden, eigene empirisch ausgerichtete Forschungstätigkeiten durchzuführen.

### **Inhalte des Moduls:**

Gegenstand des Moduls sind wechselnde Fragestellungen aus dem Bereich des Markenmanagements. Hierbei liegt der Schwerpunkt bei der Themenauswahl auf verhaltenswissenschaftlich ausgerichtete Fragestellungen (z. B. Markenimage; Markenpersönlichkeit; Markeneinstellungen; Marken-/Konsumentenverwirrtheit; Konsument-Marke-Beziehungen; Wahrnehmung und Bewertung von Handels- oder Herstellermarken; Markenstärke, spezifische Verhaltensweisen im Zusammenhang mit dem Erwerb von Marken, wie beispielsweise impulsives oder habituelles Kaufverhalten; Rekonstruktion von Kaufentscheidungsprozessen mit Hilfe des Ansatzes der Subjektiven Theorien oder des Entscheidungsnetzansatzes etc.). Die jeweilige empirische Fragestellung wird in Form eines Forschungsprojekts in Gruppenarbeit umgesetzt.

### **Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:**

60 h Lehrveranstaltung, 30 h Vorarbeit, 60 h Nachbereitung

---

### **Dozent:**

Prof. Dr. Geise

### **Art der Lehrveranstaltung:**

Projektseminar

### **Lehrsprache:**

Deutsch

### **Inhalt:**

- Phasen eines empirischen Forschungsprojekts
- Literaturanalyse im Hinblick auf die aktuelle Fragestellung
- Erarbeiten der forschungsleitenden Hypothesen
- Konzeptualisierung und Operationalisierung des/der theoretischen Konstrukts/Konstrukte
- Konstruktion und Pretest des Fragebogens
- Datenerhebung
- Datenauswertung und -interpretation
- Präsentation und Dokumentation der Forschungsergebnisse

### **Verwendete Literatur:**

Pflicht:

Baumgarth, C.; Markenpolitik, 3. Aufl., Wiesbaden 2008; Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung, 12. Aufl., Wiesbaden 2009; Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, 6. Aufl., München 2010



Stand: 06.05.2020

### Ergänzend:

Aaker, D.A./Joachimsthaler, E.: Brand Leadership, London 2002; Assael, H.: Consumer Behavior, Boston, Mass., 2004; Bruhn, M. (Hg.): Handbuch Markenführung, Bde. 1-3, 2. Aufl., Wiesbaden 2004; Diehl, S.: Brand Attachment, Wiesbaden 2009; Diekmann, A.: Empirische Sozialforschung, n. A., Reinbek bei Hamburg; Elliot, R. (Hg.): Brands and Brand Management, 4 Bde., London 2009; Elliot, R.: Strategic Brand Management, Oxford 2007; Engel, J.F. et al.: Consumer Behavior, n.A., New York; Esch, F.-R. (Hg.): Moderne Markenführung, n.A., Wiesbaden; Florack, A. (Hg.): Psychologie der Markenführung, München 2007; Geise, W./Westhofen, R.: Subjektive Theorien von Konsumenten über impulsives Kaufverhalten, Aachen 2006; Heding, T. et al.: Brand Management, London 2009; Hellmann, K.-U.: Soziologie der Marke, Frankfurt/M. 2003; Hoyer, W.D./ MacInnis, D.J.: Consumer Behavior, n.A., Boston, Mass.; Kapferer, J.-N.: The New Strategic Brand Management, n.A., London; Keller, K.L.: Strategic Brand Management, n.A., Upper Saddle River, NJ; Kroeber-Riel, W./Weinberg, P./Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, n.A., München; Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, n. A., Opladen; MacInnis, D.J. u.a. (Hg.): Handbook of Brand Relationships, Armonk 2009; Meffert, H./Burmans, C./Koers, M. (Hg.): Markenmanagement, n. A., Wiesbaden.

### Besonderes:

Im Rahmen des Forschungsprojekts werden Datenerhebungen im Feld durchgeführt.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

### Modulnummer:

MBM 30104, MBM 30204, IMM 20602

### Modulname:

Dienstleistungsmarketing

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

MBM:  $(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,75$

IMM:  $(5 \text{ CP} / 60 \text{ CP}) * 0,75$

### Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Bieberstein

### Studiengang:

MBM

### Semester:

2. und 3. Fachsemester

### Angebotsturnus:

jedes Wintersemester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

Wahlpflichtmodul

### Art der Prüfung:

Hausarbeit inkl. Präsentation

---

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Die Studierenden müssen die strategischen und operativen Instrumente marktorientierter Unternehmensführung und die wichtigsten Grundlagen der deskriptiven und analytischen Statistik kennen. Sie sollten Grundkenntnisse in SPSS-Analysen haben (insb. Häufigkeitstabellen, grafische Ergebnisdarstellung und deskriptive Kreuztabellen) oder die Bereitschaft, sich diese durch zusätzliche Übungen anzueignen.

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

./.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird in folgenden Studiengängen angeboten:

Master Internationales Marketing

Master Business Management

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden lernen das marketingpolitische Instrumentarium im Dienstleistungssektor samt der Methodik der Umsetzung kennen. Dabei vertiefen die Studierenden ihr marketingrelevantes Grundwissen im Dienstleistungssektor und wenden die Methoden der Marktforschung im Dienstleistungs-



Stand: 06.05.2020

sektor am konkreten Praxisbeispiel an. Dabei erwerben sie neben Marketingkompetenz auch angewandt-statistische Methodenkompetenz.

Die verwendete Arbeitsform der Gruppenarbeit schult die Sozialkompetenz der Studierenden und befähigt sie zur zielorientierten Umsetzung von Marketinginstrumenten im Dienstleistungssektor.

### **Inhalte des Moduls:**

An einem konkreten Praxisbeispiel gestalten die Studierenden den Einsatz und die Ausgestaltung marketingpolitischer Instrumente im Dienstleistungssektor. Die Studierenden erkennen unter einer entscheidungsorientierten Perspektive die zentralen Bedingungen und Besonderheiten eines erfolgreichen Dienstleistungsmarketing. Dabei werden die wichtigsten Verfahren und die methodischen Grundlagen der Marktforschung im Dienstleistungssektor am konkreten Praxisfall angewendet.

Die Studierenden sollen die Fähigkeit erwerben, die durch eine empirische Erhebung erhaltenen Daten mit dem Statistikprogramm SPSS aufzubereiten. Die theoretischen erlernten statistische Methoden und Analysen werden mit SPSS umgesetzt, so dass die Resultate die Grundlage für die Ausgestaltung der marketingpolitischen Instrumente bilden.

### **Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:**

60 h Lehrveranstaltung / 15h Literaturarbeit / 50 h Gruppenarbeit / 25 h Nacharbeit

---

### **Modulteil a:**

Dienstleistungsmarketing

### **Dozent:**

Prof. Dr. Bieberstein

### **Art der Lehrveranstaltung:**

Projektseminar

### **Lehrsprache:**

Deutsch

### **Inhalt:**

- Typographie des Dienstleistungssektors
- Konstitutive Merkmale einer Dienstleistung und deren marketingpolitischen Implikationen
- Besonderheiten im strategischen und operativen Marketing von Dienstleistungsbetrieben
- Entwicklung einer Marketingstrategie für ein konkretes Marketingziel aus der Dienstleistungspraxis

### **Verwendete Literatur:**

Pflicht:

Bieberstein, I.: Dienstleistungsmarketing, neueste Auflage

Haller, S.: Dienstleistungsmanagement, 4. Aufl., Wiesbaden 2010

Meffert, H. / Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing – Grundlagen, Konzepte, Methoden, 5. Auflage, Wiesbaden 2006

Ergänzend:

Biermann, Th.: Dienstleistungsmanagement, Ludwigshafen 2003

Bruhn, M./ Meffert, H.: Exzellenz im Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden 2002

Fließ, S.: Dienstleistungsmanagement – Kundenintegration gestalten und steuern, Wiesbaden 2009

Scheuch, F.: Dienstleistungsmarketing, neueste Auflage

### **Besonderes:**

Jedes Semester liefert ein Dienstleistungsunternehmen eine Marketing-Problemstellung, die in Gruppenarbeit zu lösen ist. Im Rahmen einer Kick-Off Veranstaltung sind Unternehmensvertreter zu Gast in der Veranstaltung.

**Modulteil b:**

Methoden der Markt- und Marketingforschung für Dienstleistungen

**Dozent:**

Prof. Dr. Kirsch

**Art der Lehrveranstaltung:**

Seminar

**Lehrsprache:**

Deutsch

**Inhalt:**

- Fragebogenentwicklung
- Pretest
- Aufbereiten der Daten in SPSS
- Einsatz von Methoden- und Analysetools mit SPSS
- Interpretation und Überleiten zu einer Entwicklung einer Marketingstrategie

**Verwendete Literatur:**

Pflicht:

Kirsch, S.: vorlesungsbegleitendes Skript "Deskriptive Statistik", neuste Auflage

Kirsch, S.: vorlesungsbegleitendes Skript "Wahrscheinlichkeitsrechnung", neuste Auflage

Kirsch, S.: vorlesungsbegleitendes Skript "Induktive Statistik", neuste Auflage

Ergänzend:

Raab-Steiner, E.; Benesch, M.: Der Fragebogen, 2. Auflage, Facultas, 2010

Bourier, G.: Beschreibende Statistik, 10. Auflage, Gabler, 2012

Bourier, G.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, 7. Auflage, Gabler, 2011

Bühl, A.: SPSS 20: Einführung in die moderne Datenanalyse, 13. Auflage, Pearson Studium, 2012.

**Besonderes:**

Jedes Semester liefert ein Dienstleistungsunternehmen eine Marketing-Problemstellung, die in Gruppenarbeit zu lösen ist. Im Rahmen einer Kick-Off Veranstaltung sind Unternehmensvertreter zu Gast in der Veranstaltung.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

**Modulnummer:**

MBM 30105, MBM 30205

**Modulbezeichnung:**

Value to the customer

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Modulverantwortliche:**

Prof. Dr. Kortus-Schultes

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

3. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Sommersemester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**

Projektarbeit

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

Fundierte Kenntnisse der betriebswirtschaftlichen Kernfunktionen, der führenden einschlägigen internationalen Standardwerke zum Themengebiet Marketing; fundierte Kenntnisse in SPSS, um selbstständig den vorliegenden, umfangreichen SPSS-Datensatz zum Hypothesenbeweis erschließen zu können.

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

./.

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Dieses Modul wird nur im Master Business Management angeboten.

**Zu erwerbende Kompetenzen:**

Eigenständige Formulierung von Forschungshypothesen auf Basis der aktuellen fachwissenschaftlichen Diskussion sowie ein darauf aufbauendes Design der Forschungskonzeption. Überprüfung der Hypothesen mittels einer eigenständig generierten Datenbasis oder aber auch mit Hilfe der im Kompetenzzentrum vorliegenden umfangreichen SPSS-Datenbasis. Anwendung gesicherter statistischer Verfahren zur Validierung der Hypothesen. Neben der Konzeption und Durchführung einer Analyse auch die Ableitung von praktischen Lösungsansätzen der jeweils untersuchten Fragestellungen, wobei der empirische Beleg im Vordergrund steht. Interne und externe Dokumentation sowie Präsentationen der Ergebnisse der



Stand: 06.05.2020

Forschungsarbeiten.

### Inhalte des Moduls:

Identifikation von Wertangeboten an Kunden - insbesondere an Kundinnen - entlang der automobilen Wertschöpfungskette; Fragestellungen, die sich aus dem interdisziplinären Kompetenzzentrum Frau und Auto sowie aus der Kooperation mit der Industrie ergeben: Phasen eines Forschungsprojektes (eigenständige Hypothesenformulierung, Datenerhebung und -auswertung etc.), Aufteilung der Forschungsfrage in Teilprojekte, Erarbeitung der einzelnen Forschungsergebnisse im Rahmen von Teilprojekten, Zusammenfassung der einzelnen Forschungsergebnisse, Präsentation und Dokumentation der Forschungsergebnisse  
Interdisziplinäre Verzahnung mit Master-Modulen weiterer Fachbereiche.

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung, 30 h Vorarbeit, 60 h Nachbereitung

---

### Dozentin:

Prof. Dr. Kortus-Schultes

### Art der Lehrveranstaltung:

Vorlesung / Projektseminar

### Lehrsprache:

Deutsch / Englisch

### Inhalt:

1. Herleitung des Forschungsdesigns zur wiss. Fragestellung anhand der einschlägigen, internationalen Marketing-Literatur sowie mit Hilfe von Fachaufsätzen zur Entwicklung von Marktforschungs-Designs
2. Eigenständige (literaturgestützte) Entwicklung eines Erhebungsdesigns für die Feldstudie
3. Aufstellung von Hypothesen, die anhand der in der Feldstudie zu gewinnenden Daten zu verifizieren bzw. zu falsifizieren sind
4. Konzeption von Moderationsleitfäden und Erhebungsbögen zur Dokumentation der Daten aus der Feldstudie
5. Durchführung der Feldstudie
6. Aufbereitung der Daten aus der Feldstudie und statistische Auswertung der Daten mit Hilfe von SPSS
7. Interpretation der Daten
8. Ergebnisbericht in Form eines publikationsreifen Manuskripts mit Theorie- und Empirieteil

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

aktuelle Fachartikel aus: Journal of Marketing; Journal of Marketing Research; Journal of Advertising Research; Journal of Consumer Culture; Journal of Product Innovation Management; u.v.a.m.  
einschlägige Fachliteratur zum jeweiligen Marktforschungsdesign;

Barletta, M.: Marketing to Women. 2nd ed., Kaplan Publishing 2006

Koban-Röß, E.: Gender Differences in Complaint Behaviour and Implications for the Complaint Management Process; Tagungsband Gender Complaint Management; FFH 2013

Koban-Röß, E.; Eustacchio, D.: Customer Value Management am Point of Sale. Geschlechterspezifische Unterschiede; Arbeitspapier Campus02, Graz

Laufner, W.; Kortus-Schultes, D.: Frau und Auto. Ergebnisse empirischer Untersuchungen aus 2005 und 2010; Bd. 9; Schriftenreihe des Kompetenzzentrums Frau und Auto; Göttingen 2012

Matzler, K.; Müller, J.; Mooradian, T.A.: Strategisches Management. Konzepte und Methoden, neueste Auflage

Uekermann, F.: Bildung neuer automobiler Segmente aus Kundensicht; Gabler Edition Wissenschaft; Wiesbaden 2009



Stand: 06.05.2020

Wachter, N.: Kundenwert aus Kundensicht; Gabler Edition Wissenschaft; Wiesbaden 2006  
Zauner, A.; Koller, M.: Wert aus Kundensicht: Grundlage für ein systematisches Value-Tracking; in:  
transfer. Werbeforschung & Praxis; Zeitschrift für Kommunikation und Markenführung; 59. Jg.; Nr. 3,  
Sept. 2013; S. 34-38

Ergänzend:

Doyle, P.: Value-Based Marketing. Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value;  
Chicester 2000

Schriftenreihe des Kompetenzzentrums Frau und Auto; Cuvillier Verlag Göttingen – bislang 11 Bände  
publiziert, davon einige als Ergebnisse der Forschungsarbeiten im Modul ‚Value to the customer‘

**Besonderes:**

Einständige, literaturgestützte Konzeption eines Erhebungsdesigns, das nach Durchführung im  
Rahmen einer Feldstudie zu einer wiss. Publikation führt, die das promovable Niveau der Kandidaten  
belegt. In den vergangenen Jahren wurden bereits die vier Publikationen (Bände 2, 5, 8 und 11 der  
Schriftenreihe des Kompetenzzentrums Frau und Auto) auf Basis der Manuskripte der Teilnehmer im  
Kurs ‚Value to the customer‘ veröffentlicht.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 09.07.2019

### Modulnummer:

MBM 30106, MBM 30206

### Modulbezeichnung:

Controlling in Energieversorgungsunternehmen

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

$(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) \cdot 0,75$

### Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Effmann

### Studiengang:

MBM

### Semester:

3. Fachsemester

### Angebotsturnus:

jedes Semester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

Wahlpflichtmodul

### Art der Prüfung:

Projektarbeit

---

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Die Studierenden kennen anwendungssicher die statischen und dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung, haben die Bilanzierung und Bilanzanalyse nach HGB und in Grundzügen nach IFRS als Wissen abrufbar parat und beherrschen zudem die Theorie und die Methoden der Vollkostenrechnung, der Teil-Kostenrechnung und der Grenzplankostenrechnung. Ferner werden Grundkenntnisse im Unternehmenssteuerrecht und Gesellschaftsrecht vorausgesetzt. Sie sollten Grundlagen des Controllings beherrschen.

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

./.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Dieses Modul wird nur im Studiengang Master Business Management angeboten.

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden haben die Möglichkeit, fundiertes Branchenorientiertes Controlling Know how praxisorientiert zu erwerben. Sie lernen, die Besonderheiten des Energiemarktes – z.B. die Regulierung der Netzentgelte durch eine Bundesnetzagentur – zu verstehen und kennen die sich daraus ergebenden Anforderungen an das Controlling. Darauf basierend lernen sie, ihr in Controlling-Veranstaltungen erworbenes Wissen auf konkrete Fragestellungen der Energiebranche im Rahmen eines praxisbezogenen Forschungsprojekts anzuwenden.



Stand: 09.07.2019

### Inhalte des Moduls:

Die Studierenden werden systematisch in die weiterführenden Themen des Controlling für ein Energieversorgungsunternehmen eingeführt. Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, aktuelle Controllingthemen eines Energieversorgungsunternehmens in Form von abgrenzbaren Forschungsprojekten eigenständig zu bearbeiten und als Folge einer anwendungsorientierten Forschung in der Praxis anzuwenden.

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Präsenzphasen an Hochschule oder Unternehmen / 90 h Vor- und Nachbereitung und eigene Ausarbeitungen

---

### Dozent:

Prof. Dr. Effmann

### Art der Lehrveranstaltung:

Vorlesungsteile, Praxisprojekt und Fallstudien

### Lehrsprache:

Deutsch

### Inhalt:

Die Besonderheiten der Energiemärkte und ihre Auswirkungen auf die Energieversorgungsunternehmen werden systematisch aufgezeigt. Dazu gehören die Entwicklungen auf den Absatz- und Beschaffungsmärkten für fossile Energieträger genauso wie für Strom, Gas und Wärme. Ferner werden die Besonderheiten des regulierten Netzgeschäftes für die Energieversorger erarbeitet. Im Besonderen wird der zunehmende Einfluss der Erneuerbaren Energien auf die Energieversorger aufgezeigt. Daraus abgeleitet werden die Anforderungen an ein Controlling abgeleitet.

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

Horváth, Péter: Controlling, 11. Aufl., Vahlen, München, aktuellste Auflage; Reichmann, Thomas: Controlling mit Kennzahlen, 8. Aufl., Vahlen, München, aktuellste Auflage

Ergänzend:

emw-Zeitschrift für Energie, Markt, Wettbewerb, Energieportal Essen, ZfK, (weitere Quellen werden zu Beginn der Veranstaltung angegeben)

### Besonderes:

Das anwendungsorientierte Forschungsprojekt wird mit Energieversorgungsunternehmen der Region gemeinsam durchgeführt. Ein Teil der Veranstaltung findet somit in den Räumen der Energieversorger statt.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

### Modulnummer:

MBM 30107, MBM 30207

### Modulbezeichnung:

Vertriebscontrolling in Handel und Telekommunikation

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

$(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,75$

### Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Oecking

### Studiengang:

MBM

### Semester:

3. Fachsemester

### Angebotsturnus:

jedes Semester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

Wahlpflichtmodul

### Art der Prüfung:

Projektarbeit 70%, Hausarbeit 30%

---

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Gute Kenntnisse der Gebiete Controlling, Handel, Vertrieb und Marketing, Interesse an Vertrieb, Handel und/oder Telekommunikation.

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

Die hier gewonnenen Forschungserkenntnisse, die Methodenkompetenz und die Literaturlarbeit können dort – wie auch in anderen Forschungsmodulen- nutzbringend eingesetzt werden.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

(Das Modul ist als Forschungsmodul speziell für den Master in Business Management konzipiert. Es wird zur Zeit nicht in anderen Studiengängen eingesetzt, ist aber grundsätzlich auch für Masterstudiengänge mit hohem BWL-Anteil geeignet, zum Beispiel dem Master in Wirtschaftsinformatik.)

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, eigenständig Forschungs- und Entwicklungsprojekte zum Themengebiet Marketing und Vertriebscontrolling in Handel und Telekommunikation durchzuführen. Die Studierenden können in den Zielbranchen selbständig Konzepte für ein Vertriebscontrolling aufbauen. Insbesondere die Forschungskompetenz wird gestärkt durch die Fokussierung auf die wissenschaftliche Themenrecherche. Die Anwendungskompetenz wird durch den hohen Anteil praktischer Entwicklungsprojekte nachhaltig unterstützt.



Stand: 06.05.2020

### **Inhalte des Moduls:**

Vertriebs- und Marketingcontrolling: State of the art und Perspektiven; Branchenspezifika Handel und Telekommunikation, Aktive Forschungsunterstützung in jeweils aktuellen Projekten zum Vertriebscontrolling in den Zielbranchen, Forschungstechniken, Strategien erfolgreicher Projektrealisierung

### **Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:**

Präsenzstudium: 56 h (in Hochschule und Unternehmen), Selbststudium: 94 h (14 h Vor-/Nachbereitung der Veranstaltung, 20 h Literaturstudium und Lesen von Fachzeitschriften, 60 h eigene Projektarbeit)

---

### **Dozent:**

Prof. Dr. Oecking

### **Art der Lehrveranstaltung:**

Seminar / Fallstudienarbeit / Forschungsbegleitung

### **Lehrsprache:**

Deutsch

### **Inhalt:**

- I. Vertriebscontrolling: State of the art und Perspektiven
- II. Handel und Telekommunikation
- III. Aktuelle Forschungsthemen in Wissenschaft und Praxis
- IV. Forschungsstrategien und -techniken
- V. Eigenständige Forschungsprojekte
- VI. Präsentation und Evaluation von Forschungsergebnissen

### **Verwendete Literatur:**

Pflicht:

Winkelmann: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung: Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM), 5. Auflage 2012

Homburg: Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System, 8. Auflage 2016

### **Ergänzend:**

Simon/Fassnacht: Preismanagement: 4. Auflage 2016

### **Besonderes:**

Mindestens zwei Gastvorträge oder Unternehmensbesuche pro Semester

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 15.07.2019

**Modulnummer:**

MBM 30108, MBM 30208

**Modulname:**

Personalentwicklung

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Verantwortlicher:**

Prof. Dr. Müller-Vorbrüggen

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

3. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Prüfung:**

Forschungsarbeit (50%) und Präsentation (50%)

---

**Voraussetzungen:**

Die Studierenden verfügen über das im Bachelorstudium erworbene betriebswirtschaftliche Basiswissen, sie haben vertiefte Kenntnisse über die verschiedenen Bereiche des Personalmanagements und bringen die Bereitschaft mit, sich mit den pädagogischen und psychologischen Grundlagen der Personalentwicklung auseinander zu setzen.

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

./.

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Dieses Modul wird nur im Studiengang Business Management angeboten.

**Zu erwerbende Kompetenzen:**

Die Studierenden erwerben die erforderlichen Fachkompetenzen über alle 52 Instrumente der Personalentwicklung nach Müller-Vorbrüggen und Radel; samt der Methodenkompetenz, die Fähigkeit zur wissenschaftlichen Reflexion eigenen Handelns und erkenntniskritischen Denkens. Sie sind aufgrund der wissenschaftlichen Forschungsausrichtung in der Lage ein Promotionsstudium aufzunehmen und eine Karriere im Personalmanagement zu beginnen. Daneben werden Kommunikations- und Teamfähigkeit, soziale und analytische Kompetenzen vertieft. Die Beratung zum Forschungsprojekt regt Kreativität sowie sprachliche Fähigkeiten an und vermittelt Recherche- sowie Arbeitstechniken.



Stand: 15.07.2019

## Inhalte des Moduls

Teil 1.: Aktuelle Forschungsprojekte aus dem Bereich der Personalentwicklung

Teil 2.:

- Management und Grundlagen der PE
- Struktur und Strategie der PE
- Entwicklungsbedarf (des Einzelnen und der Unternehmung)
- Pädagogische Grundlagen
- Entscheidung und Planung
- Arbeitsrecht
- Das Kompetenzmodell
- Selbstorganisation
- IT Unterstützung
- Rolle und Aufgabe des Personalentwicklers
- Ethik
- Instrumente der PE
- Die 3 Säulen:
- Bildungsmaßnahmen
- Fördermaßnahmen
- Arbeitsstrukturierung
- Planung und Ergebnissicherung der PE
- Evaluation
- Controlling
- Mitarbeitergespräche

## Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

### Dozent:

Prof. Dr. Müller-Vorbrüggen

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar mit Forschungsanteil

### Sprache:

Deutsch

### Verwendete Literatur, in aktuellster Auflage:

Pflicht:

Müller-Vorbrüggen, Michael; Radel, Jürgen (Hrsg.): Handbuch der Personalentwicklung, 4. Auflage, Stuttgart 2016.

Ergänzend:

Mudra, Peter: Personalentwicklung, München.

Becker, M.: Personalentwicklung, Stuttgart

Becker, M./Schwertner, N. ( Hrsg.): Personalentwicklung als Kompetenzentwicklung, München

Mentzel, W.: Personalentwicklung, München

Welge, M.; Al-Laham, A.: Strategisches Management, Wiesbaden

### Besonderes:

In diesem Seminar werden regelmäßig größere Praxis- und Forschungsprojekte erarbeitet.



## Modulbeschreibung

Stand: 31.01.2017

**Modulnummer:**

MBM 30109, MBM 30209,

**Modulbezeichnung:**

Aktuelle Problemstellungen im internationalen Management

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

$(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) \cdot 0,75$

**Modulverantwortlicher:**

Prof. Dr. Alexander Koch, Prof. Dr. Christian Winnewisser

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

3. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**

Projektarbeit

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

Grundkenntnisse in BWL, VWL, Recht, Wirtschaftssprache(n) und in den Rahmenbedingungen internationaler Geschäftstätigkeit

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

./.

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.

**Zu erwerbende Kompetenzen:**

Die Studierenden kennen aktuelle Problemstellungen im internationalen Management. Sie kennen moderne Forschungstools im Rahmen des internationalen Managements und sind in der Lage, Forschungstools wie globale Wertschöpfungsnetzwerke, Modulare Leistungserstellung, Produktportfoliodifferenzierung etc. auf konkrete Problemstellungen des internationalen Managements anzuwenden. Sie sind fähig, solche Forschungstools vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen hinsichtlich ihrer Leistungsfähigkeit zu bewerten.



## Modulbeschreibung

Stand: 31.01.2017

### Inhalte des Moduls:

Problemstellungen im internationalen Management, Forschungstools zur Lösung von Problemstellungen im internationalen Management, Lösungsansätze für aktuelle Aufgabenstellungen aus dem internationalen Management in Kooperation mit Unternehmen und/oder Institutionen;  
Erstellen eines Businessplans

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Präsenzzeit / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

### Dozent:

Prof. Dr. Alexander Koch

### Art der Lehrveranstaltung:

Projektseminar

### Lehrsprache:

Deutsch und Englisch

### Inhalt:

- Verständnis der Problemstellung
- Vorgehensweise (z.B. Marktforschung)
- Zielsetzung (Umsetzung einer Geschäftsidee oder Lösungsvorschlag eines internationalen unternehmerischen Problems, z.B. außereuropäischer Import von Gütern nach Deutschland und Vertrieb dieser Güter in Deutschland)
- Erstellung eines Businessplans zu einem aktuellen Problem des Int. Mgt. (inkl. Finanz- und Umsetzungs-/Zeitplan).

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

Albaum, G. et al.: International Marketing and Export Management, Wokingham  
Scherer, E. u. a.: Internationales Management, München  
Fuchs, M. u. a.: Management Internationaler Geschäftstätigkeit, Wien  
Kutschker, M. u. a.: Internationales Management, München  
McKinsey&Company: Planen, gründen, wachsen, Stuttgart

Ergänzend:

Altmann, J.: Außenwirtschaft für Unternehmen, Stuttgart  
Macharzina, K. u. a. (Hrsg.): Handbuch Internationales Management, Wiesbaden  
Jahrmann, F.: Außenhandel, Kiel  
Mead, R.: International Management, Oxford  
Perlitz, M.: Internationales Management, Stuttgart  
Phatak, A. V.: International Dimensions of Management, Cincinnati, Ohio

### Besonderes:

In Kooperation mit einem Unternehmen (real oder virtuell)

## Course Specification

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Date: 06.05.2020

**Module code:**

MIM 205, MBM 303, IMM 204,

**Module name:**

International Economics

**Contact hours:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Weighting:**

(5 CP / 90 CP) \*0,75

**Module coordinator:**

Prof. Dr. Vogl

**Course of study:**

MBM, IMM, MIM

**Intended Semester:**

2<sup>nd</sup>.,3rd Semester

**Semester frequency:**

Each Semester

**Duration:**

One Semester

**Type of module:**

Compulsory subject

**Examination:**

Written exam

**Prerequisites:**

Microeconomics and Macroeconomics

**Applicability of this module in the same study programme:**

An understanding of the international business environment supports business planning and strategic decision making in areas such as financial management, internationalization, and sourcing.

**Applicability of this module to other study programmes:**

This module is offered in:

Master International Management

Master Business Management

Master Internationales Marketing

**Objectives; competencies to be gained:**

Develop business skills that enable the student to better understand, react and possibly even control the impacts on firms resulting from the increased openness of the economy. In particular, Students will acquire skills that will help them to mitigate business



Date: 06.05.2020

risks and to seize business opportunities that arise from the globalisation process.

### Module content:

Businesses have to operate in an economic environment that has become more competitive and more open. The increased openness is witnessed by increasing foreign trade, investment and international capital movements and brings about opportunities and threats to firms. In the first part of the module the economic implications of globalised goods and factor markets are addressed. It is discussed how the world has become more integrated, what gains can be expected from integration and what conditions are necessary in order to realize these gains.

Next, the module focuses on the balance of payments, exchange rates and monetary policy. Misaligned exchange rates, balance of payment crises and foreign exchange turmoil can potentially impose huge costs on businesses.

### Total workload:

Lectures: 60 hours / Pre lecture 30 hours, Post lecture 60 hours

---

### Lecturer:

Prof. Dr. Vogl, Dr. Fabian Kreutzer

### Teaching method:

Lecture/Seminar

### Language of instruction:

English

### Topics:

- 1) Trade theory
- 2) Trade policy
- 3) International factor mobility
- 4) European integration
- 5) The multinational firm
- 6) The balance of payments
- 7) Exchange rate determination in the short and long run
- 8) Exchange rate policy and European Monetary Union
- 9) Financial crises

### Literature:

Feenstra and Taylor, International Economics, Worthpublishers  
De Grauwe, Economics of Monetary Unions, Oxford University Press  
Krugman and Obstfeld, International Economics, Pearson  
Gregory Mankiw and Mark Taylor, Economics, South-Western  
McAleese, Economics for Business, Prentice Hall  
Various reports from international institutions

### Misc.:

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 03.01.2019

### Module code:

MBM 303 02, MIM 20502, IMM 20402

### Module name:

Regional Economics

### Contact hours:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Weighting:

(5 CP / 90 CP)\*0,75

### Module coordinator:

Prof. Dr. Rüdiger Hamm

### Study program:

Master Business Management

### Intended semester:

MIM: 2nd semester, IMM: 2nd semester, MBM 3rd semester

### Semester frequency:

Each semester

### Duration:

One semester

### Type of Module:

Optional compulsory subject

### Examination:

Presentation + written exam

### Prerequisites:

Basic knowledge of microeconomic and macroeconomic relationships

### Applicability of this module to other study programs Studiengänge:

This module can be used for all economic study programs to deepen knowledge in general economics in a regional context

### Objectives; competencies to be gained:

Students ...

- ... will be enabled to understand and explain firms' and households' locational choice and the consequences of these individual decisions for the spatial distribution of economic activity.
- ... will become acquainted with most important theories to explain regional economic development and structural change on the regional level.
- ... will get to know empirical methods to analyse important research questions from regional economics.
- ... will be enabled to use their new knowledge and competencies in discussions of research results and their consequences for regional economic policy.



Stand: 03.01.2019

**Total workload:**

60 h Lectures/ 30 h Pre Lecture/ 60 h Post Lecture

---

**Lecturer:**

Prof. Dr. Rüdiger Hamm

**Teaching method:**

Lecture/ Seminar

**Language of instruction:**

English

**Content/Topics:**

1. Introduction
2. Location Theory
  - 2.1. Firm's Location Decisions
  - 2.2. Household's Location Decisions
3. Spatial Distribution of Activities
  - 3.1. Agglomeration Economies
  - 3.2. The Cluster-Concept
  - 3.3. Related Variety
  - 3.4. New Economic Geography
  - 3.5. Creative Class
4. Regional Developments
  - 4.1. Regional Growth
    - 4.1.1. Neoclassical Regional Growth
    - 4.1.2. The Economic Base Model
    - 4.1.3. Growth-Pole Theories
    - 4.1.4. Regional Innovation Systems (RIS)
  - 4.2. Regional Structural Change
    - 4.2.1. Regional Structures and Structural Change
    - 4.2.2. Structural Change in Mönchengladbach and Middle Lower Rhine Region
    - 4.2.3. Explaining Structural Change
    - 4.2.4. Regional Structures and Growth: Shift-share Analysis



Stand: 03.01.2019

### Literature:

- Capello, R. (2016): Regional Economics. 2nd Edition. Abingdon.
- Fahrhauer, O. / Kröll, A. (2014): Standorttheorien: Regional- und Stadtökonomik in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Wiesbaden.
- Eckey, H.-F. (2008): Regionalökonomie. Wiesbaden.
- Maier, G. / Tödtling, F. (2012): Regional- und Stadtökonomik 1, Standorttheorie und Raumstruktur. 5. aktualisierte Auflage, Wien, New York.
- Maier, G. / Tödtling, F. / Trippel, M. (2012): Regional- und Stadtökonomik 2: Regionalentwicklung und Regionalpolitik, 4. aktualisierte Auflage, Wien, New York.
- McCann, Ph. (2013): Modern Urban and Regional Economics. Oxford.

Furthermore, empirical studies will be recommended and provided during the course.

### Misc.:

The relevant contents are communicated by using a combination of theory and empirical case studies. In most cases examples and case studies are based on research done in the Niederrhein Institute for Regional and Structural Research (NIERS) for Northrhine-Westphalian regions. Aim is to have a close interconnection between university teaching and applied research.

---

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

### Modulnummer:

MBM 30401, MWI 20601, MWI 30601

### Modulbezeichnung:

Reporting und Controlling

### Modulumfang:

4 SWS

### Credits:

5 CP

### Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

(5 CP / 90 CP)\*0,75

### Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Oecking

### Studiengang:

MBM, MWI

### Semester:

3. Fachsemester (MBM), 2. bzw. 3. Fachsemester (MWI)

### Angebotsturnus:

jedes Semester

### Dauer des Moduls:

1 Semester

### Art des Moduls:

Wahlpflichtmodul

### Art der Prüfung:

Hausarbeit (50%), Präsentation (50%)

---

### Voraussetzungen für die Teilnahme:

Fundierte Kenntnisse der Fachgebiete Controlling und Externes Rechnungswesen

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

Das Modul ist im 3. Semester des Master-Studiengangs angesiedelt und eignet sich zur Vertiefung der Controlling-Kompetenz und kann damit auch gewinnbringend im Studienschwerpunkt Controlling sowie in praxisorientierten Masterarbeiten genutzt werden.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird in folgenden Studiengängen angeboten:  
Master Business Management  
Master Wirtschaftsinformatik

Dieses Modul ist grundsätzlich auch für andere Studiengänge geeignet, wenn entsprechende BWL-Vorkenntnisse (Rechnungswesen, Controlling) erworben wurden.

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, Geschäftsberichte zu analysieren, Reporting-Strukturen aufzubauen und Controlling-Systeme zu beurteilen. Darüber hinaus wird die Fähigkeit erworben, von den Top-KPI's des Unternehmen auf Bereichsziele abzuleiten.



Stand: 06.05.2020

### Inhalte des Moduls:

Über die Erarbeitung relevanter Kennzahlensysteme von DuPont bis EVA werden die Grundlagen zur Analyse und Aufbereitung von Geschäftsberichten geschaffen. Geschäftsberichte renommierter Unternehmen werden zunächst gemeinsam analysiert und auf die Verwendung verschiedener Kennzahlenmodelle überprüft. Darüber hinaus wird die wirtschaftliche Situation der betrachteten Unternehmen diskutiert. Auf dieser Basis wird durch die Studierenden dann eine eigenständige Analyse des Geschäftsberichtes einer Aktiengesellschaft durchgeführt und präsentiert. Durch einen breiten Branchenmix bei der Auswahl der Gesellschaften werden zudem die allgemeinen wirtschaftlichen Kenntnisse der Studierenden verbessert.

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

Präsenzstudium: 56 h

Selbststudium: 94 h (14 h Vor-/Nachbereitung der Veranstaltung, 20 h Literaturstudium/Fachzeitschriften, 30 h Analyse von Geschäftsberichten und Erstellung der Präsentation, 30 h Anfertigung der Hausarbeit)

---

### Dozent:

Prof. Dr. Oecking

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

### Lehrsprache:

Deutsch, Englisch

### Inhalt:

1. Reporting und Key Performance Indicators
  - 1.1 Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung
  - 1.2 Reporting/Management Informationssysteme
2. Controlling und Unternehmensziele
  - 2.1 Überblick, Unterstützungsfunktion des Controllings
  - 2.2 Ergebnissteuerung
  - 2.3 Cash-Flow-Steuerung
  - 2.4 Rendite-Steuerung
  - 2.5 Shareholder-Value
  - 2.6 Wertmanagement (EVA, ROCE...)
3. Geschäftsberichte und Managementinformationssysteme
  - 3.1 Strukturen und Gütekriterien
  - 3.2 Inhalte
  - 3.3 Analyse

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

Buffet/Clark.: So liest Warren Buffett Unternehmenszahlen: Quartalsergebnisse, Bilanzen & Co - und was der größte Investor aller Zeiten daraus macht, Kulmbach 2012

Weber, J., Malz, R., Lührmann, T.: Excellence im Management-Reporting: Transparenz für die Unternehmenssteuerung; München 2008

Ergänzend:

Gleich, R., Horvath, P., Michel, U. (Hrsg.): Management Reporting: Grundlagen, Praxis und Perspektiven, Stuttgart 2008

### Besonderes:

Gastvortrag eines Investor-Relation Managers

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 24.07.2019

**Modulnummer:**  
MBM 30402

**Modulbezeichnung:**  
Lean Production

**Modulumfang:**  
4 SWS

**Credits:**  
5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**  
(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Modulverantwortlicher:**  
Prof. Dr. Andreas Syska

**Studiengang:**  
MBM

**Semester:**  
3. Fachsemester

**Angebotsturnus:**  
Jedes Semester

**Dauer des Moduls:**  
1 Semester

**Art des Moduls:**  
Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung**  
Hausarbeit

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**  
Abschluss des Moduls Produktion

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**  
./.

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**  
Dieses Modul wird ausschließlich im Master Business Management angeboten.

**Zu erwerbende Kompetenzen:**  
Die Studierenden werden in die Lage versetzt, den Beitrag von Lean Production zum Unternehmenserfolg zu erkennen, haben Kenntnisse der Methoden und kennen die Erfolgsfaktoren für die Einführung

**Inhalte des Moduls:**  
Die Studierenden lernen die Inhalte von Lean Production kennen. zu Beginn ihres Studiums die Grundlagen der Produktion kennen

**Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:**  
40 h Lehrveranstaltung / 50 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit



Stand: 24.07.2019

---

**Dozent:**

Prof. Dr. Andreas Syska

**Art der Lehrveranstaltung:**

Vorlesung in Form von Flipped Classroom sowie Übungen und der Einsatz von Lernspielen

**Lehrsprache:**

Deutsch

**Inhalt:**

- Hintergrund
- Verschwendung
- Pullsysteme
- Anforderungen
- Produktionsmanagement
- Lean Production

**Verwendete Literatur:****Pflichtlektüre**

Syska, A.: Produktionsmanagement: Das A-Z wichtiger Methoden und Konzepte für die Produktion von heute, Wiesbaden 2006.

Kamiske, G., Brauer, J.: Qualitätsmanagement von A-Z

Gorecki, P.: Praxisbuch Lean Management

Imai, M.: Kaizen: der Schlüssel zum Erfolg im Wettbewerb, München 2002.

Takeda, H.: Das Synchronere Produktionssystem - Just in Time für das ganze Unternehmen, Landsberg 2002.

**Weiterführende Literatur**

Liker, J.: Der Toyota-Weg

Becker, H.: Phänomen Toyota

Brunner, F.: japanische Erfolgskonzepte

May, C.: Total Productive Management

Erlach, K.: Wertstromdesign

Rother, M.: Sehen lernen mit Wertstromdesign: Die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen, Aachen 2004.

Rother, M.: Kontinuierliche Fließfertigung organisieren

Koch, A.: OEE für das Produktionsteam

Bender, A.: Toyotas wahre Stärke

Spath, D.: Ganzheitlich produzieren: Innovative Organisation und Führung, Stuttgart 2003.

Teeuwen, B.: SMED

**Besonderes:**

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

**Modulnummer:**

MBM 30502

**Modulbezeichnung:**

Change Management

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

$(5 \text{ CP} / 90 \text{ CP}) * 0,75$

**Modulverantwortliche:**

Prof. Dr. Hahn

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

3. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**

- Präsentation (35%) und
- Projekt-/Hausarbeit (65%)

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

- Solide BWL-Kenntnisse
- Solide Englisch-Kenntnisse

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

Organisatorische Veränderungen in verschiedenen Teilbereichen des Unternehmens (je nach Schwerpunktwahl (MBM 301/302) der Studierenden) erklären und gestalten können

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.

**Zu erwerbende Kompetenzen:**

- Mögliche Gründe für Organizational Change nennen können
- Formen des Organizational Change erklären können
- Die Bedeutung von Emotionen für Change Management erläutern können
- Konzepte zur Erklärung von Organizational Change beschreiben und anwenden können
- Instrumente des Change Management erläutern und anwenden können
- Die unterschiedlichen Rollen von Führungskräften, Managern, Mitarbeitern und Change Agents im Change Management erklären können
- Kommunikationsstrategien für Organizational Change entwickeln können



Stand: 06.05.2020

- Möglichkeiten der Bewertung von Organizational Change anwenden können

### **Inhalte des Moduls:**

Konzepte und Instrumente zur Veränderung in und von Organisationen

### **Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:**

60 h Lehrveranstaltung / 50 h Vorarbeit / 40 h Nacharbeit

---

### **Dozent:**

M.A. Sabine Schnock, M.A. Alexandra Ebel

### **Art der Lehrveranstaltung:**

Seminaristische Lehrveranstaltung

### **Lehrsprache:**

Englisch/Deutsch

### **Inhalt:**

- Causes of Change
- Forms of Change
- Emotions of Change
- Concepts of Change
- Managing Change
- People in Change Management
- Communicating Change
- Sustaining Change

### **Verwendete Literatur:**

Pflicht:

Myers/Hulks/Wiggins: Organizational Change – Perspectives on Theory and Practice, Oxford, aktuellste Auflage

Weitere Literaturhinweise werden bei Bedarf in der Veranstaltung bekannt gegeben.

### **Besonderes:**

./.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

**Modulnummer:**  
MBM 30502

**Modulbezeichnung:**  
Sales Management

**Modulumfang:**  
4 SWS

**Credits:**  
5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**  
(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Modulverantwortlicher:**  
Prof. Dr. Vergossen

**Studiengang:**  
MBM, IMM

**Semester:**  
2. bzw. 3. Fachsemester

**Angebotsturnus:**  
jedes Semester

**Dauer des Moduls:**  
1 Semester

**Art des Moduls:**  
Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**  
Projektarbeit

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**  
Keine

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**  
./.

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**  
Das Modul wird in den Studiengängen:  
Master Business Management  
Master Internationales Marketing

**Zu erwerbende Kompetenzen:**  
Fach- und Methodenkompetenzen zur erfolgsorientierten Gestaltung von Kundenbeziehungen und Verkaufsprozessen; Sozialkompetenzen und kommunikativen Kompetenzen als Voraussetzung für ein erfolgreiches Sales-Management

**Inhalte des Moduls:**  
Strukturen und Prozesse der betrieblichen Leistungsverwertung

**Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:**  
60 h Lehrveranstaltung / 30 h Nacharbeit / 15 h Literaturarbeit / 45 h Hausarbeit

## Modulbeschreibung

Stand: 06.05.2020

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

### Dozentin:

Prof. Dr. Ross

### Art der Lehrveranstaltung:

Übung / Projektseminar

### Lehrsprache:

Deutsch bzw. Englisch

### Inhalt:

- Gestaltung von Verkaufsorganisationen in der Praxis
- Management von Verkaufsorganisationen  
(Auswahl, Schulung, Motivation des Verkaufspersonals, Vertriebscontrolling)
- Management der Kundenbeziehung (CRM):  
Kundenselektion, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung, Beschwerdemanagement
- Verhandlungs- und Verkaufsgesprächsführung

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

- Weis, H. C.: Verkauf, neueste Auflage
- Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, neueste Auflage

Ergänzend:

- Weis, H. C. Verkaufsgespräche, neueste Auflage
- Helmke, S. u. a.: Effektives Customer Relationship Management, neuste Auflage

### Besonderes:

./.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 06.05.2020

Modulnummer:  
MBM 30601

Modulname:  
Wertemanagement, Wirtschaftsethik und Corporate Responsibility

Modulumfang:  
4 SWS

Credits:  
5 CP

Gewichtung der Note in der Gesamtnote:  
(5 CP / 90 CP) \*0,75

Verantwortlicher:  
Prof. Dr. Müller-Vorbrüggen

Studiengang:  
MBM

Semester:  
3. Fachsemester

Angebotsturnus:  
jedes Semester

Dauer des Moduls:  
1 Semester

Art des Moduls:  
Wahlpflicht

### Art der Prüfung:

Hausarbeit mit Präsentation (Prof. Dr. Wenke: 50%); Präsentation (Prof. Dr. Müller-Vorbrüggen: 50%)

---

### Voraussetzungen:

Betriebswirtschaftliche Fachkompetenzen, grundlegende Sozialkompetenzen auf den Gebieten Teamorientierung und Selbstmanagement, grundlegende Methodenkompetenzen so z.B. wissenschaftliches Arbeiten und Umgang mit Präsentationen; Fähigkeit und Bereitschaft zur wissenschaftlichen Grundlagenreflexion inklusive eines erkenntniskritischen Denkens

### Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:

Ethische Orientierungsgrundlagen werden nahezu in allen Fächern der BWL in Theorie und Praxis benötigt.

### Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden erwerben das erforderliche wirtschaftsethische Wissen, ihre eigenen Wertvorstellungen in Bezug auf das Wirtschaften sowie die hiervon ausgehenden Konsequenzen für sich selbst, für das Unternehmen sowie für das unmittelbare und mittelbare Unternehmensumfeld zu reflektieren, sowie die Vorstellungen neu auszurichten; insbesondere wird die Fähigkeit vermittelt werden, vor dem Hintergrund der vielfältigen Verantwortungsbereiche des Managements Bewertungsinstrumente und Hilfen zur Priorisierung von Führungszielen einzusetzen.



Stand: 06.05.2020

## Inhalte des Moduls:

Begründung ethischer Normen, Menschenbilder, Wirtschaftsethik, Sozialethik, Personalethik, Jonas'sche Zukunftsethik und die Verantwortbarkeit unumkehrbarer Veränderungen, Unternehmerische Verantwortungsbereiche und Anspruchsgruppen, Externe Evaluation unternehmerischer Verantwortung: Corporate Responsibility Rating; Management der sozialen Verantwortung: SAI (Social Accountability International); Corporate Gouvernance; Anwendungsbeispiele (Globalisierung, Sustainability), Corporate Social Responsibility (CSR)

## Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nacharbeit

---

## Dozent:

Prof. Dr. Michael Müller-Vorbrüggen; Prof. Dr. Martin Wenke

## Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

## Sprache:

Deutsch

## Inhalt:

### Teil I

1. Warum Wirtschaftsethik?
  - 1.1 Problemstellungen
  - 1.2 Zielsetzung und Anlässe ethischen Handelns
2. Grundlagen
  - 2.1 Werte und Normen,
  - 2.2 Moral und Ethik
  - 2.3 Begründungsmöglichkeiten der Ethik
3. Wirtschaftsethik
4. Marktwirtschaft, Moral und Gerechtigkeit
5. Unternehmensethik: Gegenstand und Aufgabenfelder
6. Ethik Management in Unternehmen
  - 6.1 Kodizes,
  - 6.2 Strategien
  - 6.3 Instrumente
  - 6.4 Erfolgserwartungen und Nachteile
7. Individualethik im Unternehmen
  - 7.1. Führungsethik
  - 7.2 Aufgaben für die Personalentwicklung
8. Korruption und deren Bekämpfung

### Teil II

1. Wirtschafts-, Unternehmens und Zukunftsethik
  - 1.1. Grundlagen der Wirtschafts- und Unternehmensethik
  - 1.2. Zukunftsethik des H. Jonas
2. Ethik und Nachhaltigkeit
  - 2.1 Grundlagen des Konzepts der Nachhaltigen Entwicklung (Sustainable Development SD)
  - 2.2 Drei-Säulen-Konzept, Management-Regeln und SD-Strategien
  - 2.3 Management von Einzelaspekten der Nachhaltigkeit
  - 2.4 Organisation von Nachhaltigkeit: BCSD
3. Ethik und ganzheitliche Nachhaltigkeit: das Konzept der "Gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen" (Corporate Social Responsibility, CSR)
  - 3.1 Begriff und unternehmerische Relevanz



Stand: 06.05.2020

- 3.2 CSR-Triebkräfte
- 3.3 Inhaltliche Dimensionen von CSR
- 3.4 Management von CSR: ISO24000
- 3.5 Zukunftsaussichten

Verwendete Literatur, in aktuellster Auflage:

Pflichtlektüre:

Bernd Noll: Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft, Stuttgart 2011

Bernd Noll: Grundriss der Wirtschaftsethik, Stuttgart

Daniel Dietzfelbinger: Aller Anfang ist leicht. Einführung in die Grundfragen der Unternehmens- und Wirtschaftsethik; München 2004.

Hartmut Kreikebaum: Grundlagen der Unternehmensethik, Stuttgart 1996

Bak, Peter Michael: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Stuttgart

Ergänzende Literatur:

Elmar Nass: Der Mensch als Ziel der Wirtschaftsethik; München 2003

Gerhard Blickle (Hg.): Ethik in Organisationen; Stuttgart 1998

Hans Jonas: Das Prinzip Verantwortung; Frankfurt a.M. 1979

Joseph Stiglitz: Die Schatten der Globalisierung; München 2004

Hemel, Ulrich, Wert und Werte . Ethik für Manager – Ein Leitfaden für die Praxis, München 2007.

Aßländer, Michael S. (Hrsg.): Handbuch Wirtschaftsethik, Stuttgart 2011

Göbel, Elisabeth: Unternehmensethik, Stuttgart 2010

Bernd Noll: Von der Stammesmoral zur Ethik der Globalisierung, Stuttgart 2010

Besonderes:

Teilweise Organisation der Lehrveranstaltung im Rahmen Internationaler Studierendenworkshops (z.B. Erasmus IP "Combining Ethics, Environment and Profitability");

Kooperation über Fachbereichsgrenzen hinweg, insbesondere mit Kollegen der Fachbereiche Wirtschaftsingenieurwesen sowie Textil- und Bekleidungstechnik.

## Modulbeschreibung

Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften  
Faculty of Business Administration  
and Economics

Stand: 20.02.2017

**Modulnummer:**

MBM 30602

**Modulbezeichnung:**

HRM: Qualitätskonzepte für Veränderungen

**Modulumfang:**

4 SWS

**Credits:**

5 CP

**Gewichtung der Note in der Gesamtnote:**

(5 CP / 90 CP)\*0,75

**Modulverantwortliche:**

Prof. Dr. Cisik

**Studiengang:**

MBM

**Semester:**

3. Fachsemester

**Angebotsturnus:**

jedes Semester

**Dauer des Moduls:**

1 Semester

**Art des Moduls:**

Wahlpflichtmodul

**Art der Prüfung:**

Projektarbeit

---

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

Die Teilnehmer/innen verfügen

- über betriebswirtschaftliches Basiswissen,
- über Qualifikationen auf den Gebieten Mathematik, Statistik, Volkswirtschaftslehre, Steuern, Wirtschaftsrecht und Wirtschaftsinformatik,
- über eine wirtschaftsbezogene Mehrsprachigkeit,
- über ein interkulturelles Bewusstsein und
- über professionelle Sozialkompetenzen zur Verhandlungsführung, zur Präsentation von Problemen und Lösungen, zum Moderieren und Leiten von Sitzungen, zum Projektmanagement und zur Führung aus einem zuvor erfolgreich absolvierten wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang.

Sie haben in diesem Studiengang zudem die Fähigkeit zur Erschließung neuer Gebiete der Wirtschaftswissenschaften und zur selbstständigen Weiterbildung erlangt.

Ferner haben sie diese Qualifikationen und Kompetenzen bereits während oder nach dem zuvor absolvierten Studium erfolgreich in der betrieblichen Praxis erprobt.

**Verwendbarkeit des Moduls innerhalb desselben Studiengangs:**

Das Modul ist eine sinnvolle Ergänzung für das Modul Human Resource Management II.

**Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:**

Das Modul wird ausschließlich in dem Studiengang Master Business Management angeboten.



Stand: 20.02.2017

### Zu erwerbende Kompetenzen:

Die Studierenden erwerben die Kompetenz, das Human Resource Management durch Qualitätskonzepte auf sich verändernde Unternehmensstrukturen auszurichten.

Sie

- lernen unterschiedliche Formen und Fallgestaltungen von Veränderungen/Umstrukturierungen in Unternehmen kennen,
- erfassen die dabei auftretenden Problemsituationen
- erarbeiten Lösungsansätze aus personalwirtschaftlicher Sicht
- erkennen arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen frühzeitig.

Sie erfahren, dass und wie Qualitätskonzepte im Human Resource Management bei Unternehmensveränderungen das gesamte Personal und alle Funktionen systematisch einbeziehen und lernen, Qualitätskonzepte an die Entwicklungsprozesse von Mitarbeitern und Unternehmen anzupassen.

### Inhalte des Moduls:

- Demographie, Migration, Wertewandel, Diversity, Gesundheit, Mergers and Acquisitions, Kostendruck, Informations- und Kommunikationstechnologie als Auslöser für Veränderungen und Reorganisationsdruck im Personalmanagement
- Arbeitsgestaltung und ihre Wirkung auf Motivation
- Konzepte zur Arbeitsgestaltung
- Gruppen- oder Einzelarbeit?
- Personaleinsatz und Personalerhaltung
- Die Rolle der Personalentwicklung
- Die Rolle der Organisationsentwicklung
- Personalfreisetzung
- Formen von Umstrukturierungen
- einzelne Betriebsänderungen
- Betriebsübergang
- Vorbereitung und Organisation
- Folgen für Arbeitnehmervertretungen
- Auswirkungen auf Kollektivvereinbarungen
- Abwehrstrategien der Belegschaft/Reaktionen des Arbeitgebers

### Gesamtworkload und seine Zusammensetzung:

60 h Lehrveranstaltung / 30 h Vorarbeit / 60 h Nachbereitung

---

### Dozentin:

Prof. Dr. Cisik

### Art der Lehrveranstaltung:

Seminar

### Lehrsprache:

Deutsch

### Inhalt:

Analyse der unterschiedlichen Arten von Veränderungen in Unternehmen  
Instrumente und Konzepte zur Bewältigung von Veränderungen  
Bedeutung und Nutzung arbeitsrechtlicher Rahmenbedingungen



Stand: 20.02.2017

### Verwendete Literatur:

Pflicht:

Heidrun Ahlers, Skript Qualitätskonzepte

Ergänzend:

Bauer, J./Göpfert, B./Haußmann, K./Krieger, S., Umstrukturierung, Köln

Berthel, J./Becker, F. G., Personal-Management, Stuttgart

Bröckermann, R.: Personalwirtschaft, Stuttgart

Danko, F./Heckschen, H./Plesterninks, I., Umstrukturierungen in Unternehmen, Köln

Heery, E./Noon, M., Human Resource Management, Oxford

Hentze, J./Kammel, A.: Personalwirtschaftslehre, Band 1, Bern

Hentze, J./Metzner, J.: Personalwirtschaftslehre, Band 2, Bern

Scholz, C., Personalmanagement, München

Klimmer, Unternehmensorganisation, Herne

Lauer, Change Management, Berlin, Heidelberg

v. Rosenstiel, L., Grundlagen der Organisationspsychologie, Stuttgart

jeweils in aktueller Aufl.

### Besonderes:

Ergänzendes Modul für die aktive Personalarbeit.