

fördern • führen • inspirieren



Modulhandbuch

Course Catalogue

Technologiemanagement 4.0

Technology Management 4.0



Fakultät Wirtschaftsingenieurwesen und Gesundheit
Department of Industrial Engineering and Health

Master of Business Administration (MBA)

Master of Business Administration (MBA)

Technologiemanagement 4.0 (berufsbegleitend) - Master
Technology Management 4.0 (part time) - Master

Wintersemester 2023/2024
winter term 2023/2024

Inhaltsverzeichnis

Table of content

Inhalt

INHALTSVERZEICHNIS	II
VORBEMERKUNGEN	III
STUDIENPLAN	IV
MODULBESCHREIBUNGEN	1
Grundlagenmodule	
Leadership	2
Global Supply Chain Management 4.0	4
Produktentwicklung & Innovationsmanagement	6
Interkulturelles Management & Wirtschaftsethik	8
Technologie-Marketing	10
Smart Production	12
Normatives und strategisches Management	14
Business Intelligence und Analytics	16
Geschäftsprozess- und Veränderungsmanagement	17
Wahlpflichtmodule	
Selbst- und Sozialkompetenz am Arbeitsplatz	20
Studiengangspezifische Methodenkompetenz	21
Angewandte Themen des Technologiemanagements	22
Projektmanagement im Technologiemanagement	23
Angewandte Prozesse & Instrumente des Technologiemanagements	25
Masterarbeit und Kolloquium	
Masterarbeit und Kolloquium	27

Vorbemerkungen

Preliminary note

- **Hinweis:**

Bitte beachten Sie insbesondere die Regelungen der Studien- und Prüfungsordnung des Studiengangs in der jeweils gültigen Fassung.

- **Aufbau des Studiums:**

Das Studium umfasst eine Regelstudienzeit von 5 Semestern.

- **Anmeldeformalitäten:**

Grundsätzlich gilt für alle Prüfungsleistungen eine Anmeldepflicht über das Studienbüro. Zusätzliche Formalitäten sind in den Modulbeschreibungen aufgeführt.

- **Abkürzungen:**

ECTS = Das European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) ist ein Punktesystem zur Anrechnung von Studienleistungen.

SWS = Semesterwochenstunden

- **Workload:**

Nach dem Bologna-Prozess gilt: Einem Credit-Point wird ein Workload von 25-30 Stunden zu Grunde gelegt. Die Stundenangabe umfasst die Präsenzzeit an der Hochschule, die Zeit zur Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungen, die Zeit für die Anfertigung von Arbeiten oder zur Prüfungsvorbereitungszeit.

Beispielberechnung Workload (Lehrveranstaltung mit 4 SWS, 5 ECTS-Punkten):

Workload: $5 \text{ ECTS} \times 30\text{h/ECTS} = 150 \text{ h}$

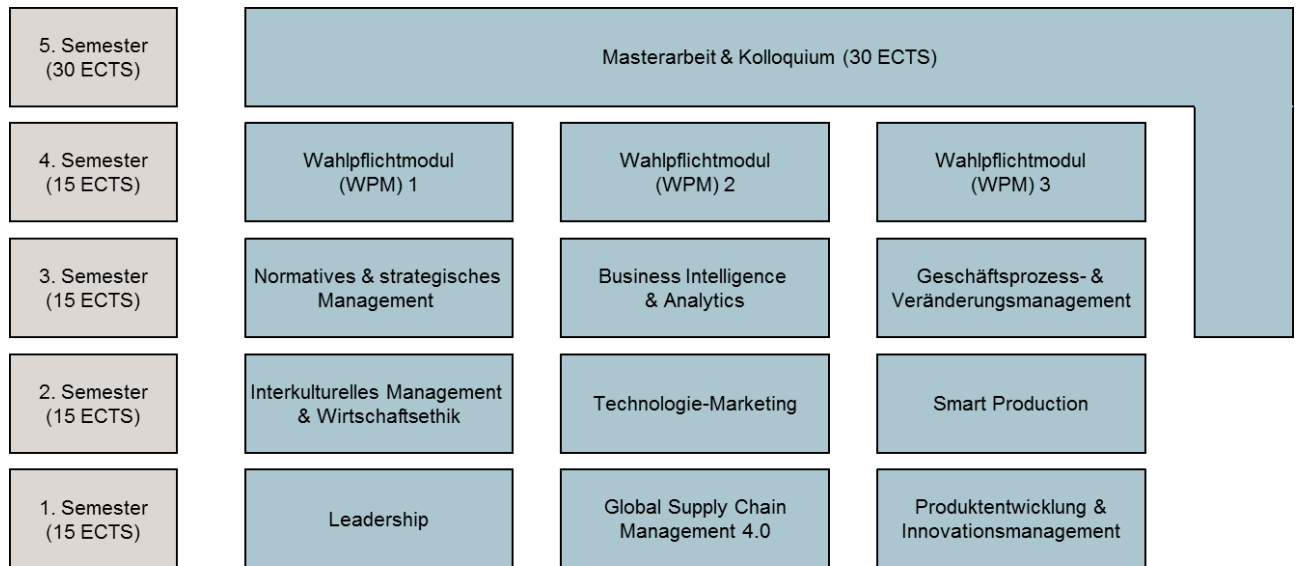
- Vorlesung (4 SWS x 15 Wochen)	= 60 h
- Selbststudium	= 60 h
- Prüfungsvorbereitung	= 30 h
	<hr/>
	= 150 h

- **Anrechnung von Studienleistungen:**

Bitte achten Sie auf entsprechende Antragsprozesse über das Studienbüro.

Studienplan

Curriculum



Wahlpflichtmodule:

Selbst- und Sozialkompetenz am Arbeitsplatz, studiengangspezifische Methodenkompetenz, Angewandte Themen des Technologiemanagements, Projektmanagement im Technologiemanagement, Angewandte Prozesse und Instrumente des Technologiemanagements

Die Prüfungsformen richten sich nach den jeweils zu prüfenden Kompetenzen. In Betracht kommen insbesondere schriftliche oder mündliche Prüfungen, Studienarbeiten, Projektarbeiten und Prüfungen nach dem Multiple-Choice-Verfahren.

Modulbeschreibungen

description Module

Grundlagenmodule

Leadership Leadership			
Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-TEM-M1	Grundlagenmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	WS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			Prof. Dr. Gabriele M. Murry, Prof. Dr. Bernt Mayer	
Voraussetzungen* Prerequisites				
Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA *Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Technologiemanagement 4.0 Hochschulweite Verwendbarkeit Anrechenbarkeit in den MBAs & M.A. OTH Professional		Seminaristischer Unterricht / Übungen (u.a. Lehrgespräch, Fallstudienarbeit, Simulationen, Vorträge, Persönlichkeitstests und Reflexionsarbeit)		Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls Learning Outcomes		
Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:		
Erkennen der Bedeutung von ethischer Führung in Organisationen sowie praxisorientierter Ansätze		
<ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz: Praxisorientiertes Verständnis für eine neue und international ausgerichtete Rolle der Führungskräfte als Mitgestalter der Unternehmenszukunft Methodenkompetenz: Beurteilung und Anwendung grundlegender Führungsinstrumente Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Umgang mit sich und anderen, um zur vorbildlichen ethischen Führungskraft zu reifen 		
Inhalte der Lehrveranstaltungen Course Content		
<ul style="list-style-type: none"> Rolle und Aufgaben von Führung in international agierenden Organisationen Verantwortungen Gestaltungsmöglichkeiten: Dyaden, Macht und Einfluss Entscheidungsverhalten Kontemporäre Führungsansätze: Teams, Frauen, Ethik 		
Lehrmaterial / Literatur Teaching Material / Reading		
<ul style="list-style-type: none"> Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (2016). Learning Leadership: The Five Fundamentals of Becoming an Exemplary Leader. San Francisco, CA: Wiley Northouse, P. G. (2015). Leadership: Theory and Practice. (7th ed.) Thousand Oaks, CA: Sage Publications Paschen, M., & Dihsmäier, E. (2014). Psychologie der Menschenführung: Wie Sie Führungsstärke und Autorität entwickeln. (2nd ed.) Berlin/Heidelberg: Springer Verlag Quinn, R. E., Bright, D., Faerman, S. R., Thompson, M. P., & McGrath, M. R. (2015). Becoming a Master Manager: A Competing Values Approach. (6th ed.), San Francisco, CA: Wiley Thompson, L. L. (2017). Making the Team: A Guide for Managers. 6th Ed. Pearson Education Limited. Yukl, G. (2012). Leadership in Organizations. (8th ed.) Upper Saddle River, NJ: Pearson / Prentice Hall Weiterhin diverse aktuelle Artikel, wie in den Kursunterlagen angegeben (z.B. McKinsey & Company, Harvard Business Review, etc.).		
Internationalität (Inhaltlich) Internationality		
Durch Literatur und Fallstudienarbeit mit internationalem Charakter gegeben		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform*¹⁾	Art/Umfang inkl. Gewichtung*²⁾	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen

<p>Modularbeit</p>	<p>Aufgabe 1: Praktische Übungsarbeiten (Gruppenleistung) Gewichtung: 20%</p> <p>Aufgabe 2: Präsentation, kritisches Hinterfragen der Artikel und vorgestellten Konzepte mit Diskussion (Einzelleistung) Gewichtung: 30%</p> <p>Aufgabe 3: Schriftlicher Test über 60 min (Einzelleistung) Gewichtung: 50%</p> <p>Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Jede Teilleistung muss bestanden werden und kann jeweils nur 1 Jahr vorgetragen werden</p>	<p>Über die Simulationen und Gruppenprojekte werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.</p> <p>Die bewerteten Diskussionsbeiträge dienen dem vertieften Verständnis der Stoffinhalte.</p> <p>Über den schriftlichen Einzelleistungsnachweis werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.</p>
--------------------	--	--

Global Supply Chain Management 4.0

Global Supply Chain Management 4.0

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTH-TEM-M2	Grundlagenmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	WS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			Prof. Dr. Andreas Jattke	

Voraussetzungen*

Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA

***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit Hochschulweite Verwendbarkeit Ähnliche Vorlesungen in Studiengängen der OTH-Fakultäten	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Anschauungsbeispiele, Gruppenarbeiten, Simulationsstudie)	Präsenzzeit:	ca. 60 h
		Vor- und Nachbereitung:	ca. 30 h
		Leistungsnachweise:	ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Der/die Studierende soll

- die Begriffe Geschäftsmodell, Supply Chain, Beschaffung, Logistik, Intralogistik, Sourcing, Procurement, Global Sourcing, Single Sourcing, Just-in-time-Logistik, Industrie 4.0, IoT und Web-based Industry kennen
- die wesentlichen Elemente einer Supply Chain kennen und verstehen
- Die Prozesskette einer Supply Chain analysieren und darstellen können
- Unterschiedliche Gestaltungsansätze/Modelle einer Supply Chain kennen, verstehen und bzgl. Anforderungen, Vor- und Nachteile beurteilen können
- Die besonderen Herausforderungen einer globalen Supply Chain und Methoden zu deren Bewältigung kennen und anwenden können
- die Bedeutung einer reibungslosen supply chain für den Unternehmenserfolg bei unterschiedlichen Geschäftsmodellen beurteilen können
- die wesentlichen Ansätze und Instrumente zur Planung, Organisation und dem Controlling globaler Supply Chains kennen und anwenden können
- Ziele im Bereich Supply Chain Management kennen und selbst formulieren können
- die Entwicklung und Bedeutung der Digitalisierung/Industry 4.0 kennen und verstehen und auf das Gebiet des Supply Chain Managements übertragen können
- soll die Unterschiede von Digitalisierung und Digitaler Transformation kennen und verstehen
- State-of-the-art-Beispiele globalen Supply Chain Managements kennen und erklären können
- Methoden kennenlernen und anwenden können, die geeignet sind, den digitalen Wandel im Beschaffungs- und Logistikbereich gestalten und managen können

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Aufgaben des Supply Chain Management, Verständnis für den Aufbau von Lieferantennetzen, Sicherstellung der Versorgungssicherheit
- SCM Strategien (strategisch, taktisch, operativ) - Identifikation systemrelevanter Lieferanten und Entwicklung innovativer logistischer Konzepte
- Planung und Steuerung von Supply Chains (Tools, Methoden, Anwendungsgebiete, Stärken und Schwächen, Anforderungen an die Lieferantennetzen)
- Gestaltung und Design von Supply Chains (Definitionen, Arten, Methoden), Zuordnung für Verantwortlichkeiten und Steuerung von Unterpelieferanten
- Fallstudie, an der die unterschiedlichen theoretischen Erkenntnisse in die Praxis übertragen werden sollen

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Charts, Fallbeispiele, Simulationsstudien, evtl. Besuch der Fertigung bei Unternehmen und einschlägiger Messen wie z.B. CeMat, LogiMAT, Z, FMB

Exemplarische Literatur:

- Kuhn, A.; Hellingrath, H.: Supply Chain Management:
- Optimierte Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette, Springer-Verlag
- Corsten, H.; Gössinger, R.: Einführung in das Supply Chain Management, Oldenbourg Verlag
- Weber, J.; Wallenburg, C.M.: Logistik und Supply Chain Controlling Schäffer-Poeschel Verlag

- Poluha, R.G.: Quintessenz des Supply Chain Managements: Was Sie wirklich über Ihre Prozesse in Beschaffung, Fertigung, Lagerung und Logistik wissen müssen, Springer-Verlag
- Liebethuth: Prozessmanagement in Einkauf und Logistik, Springer-Gabler-Verlag
- Vogel-Heusel, Bauernhansl, ten Hompel:
- Handbuch Industrie 4.0: Band 3 – Logistik,
- Springer-Vieweg-Verlag
- Voß: Logistik – eine Industrie, die sich bewegt,
- Springer-Gabler-Verlag

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Globale Vernetzung der Wirtschaft und Beschaffungslogistik

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform ^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung ^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Produktentwicklung & Innovationsmanagement

Product Engineering and Management of Innovations

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-TEM-M3	Grundlagenmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	WS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			Dr. Thomas Ruhland	

Voraussetzungen*

Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA

***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit Hochschulweite Verwendbarkeit Ähnliche Vorlesungen in Studiengängen der OTH-Fakultäten	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Anschauungsbeispiele, Seminararbeit)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Der/die Studierende soll

- die grundlegende Bedeutung von Innovation für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft kennen lernen,
- einen Überblick über die nationale und die internationale Innovationstätigkeit erhalten,
- sich mit den Strukturen der deutschen Innovationspolitik und -förderung auseinandersetzen einen Eindruck von der Art und der Wirkungsweise innovationshemmender Kräfte bekommen.
- sich mit den wichtigsten Grundbegriffen des Innovationsmanagements auseinandersetzen und sie gegenüber benachbarten Begriffen abgrenzen,
- der Frage nachgehen, welche Merkmale für Innovationen kennzeichnend sind,
- mit den Zielen von Innovationen vertraut gemacht werden,
- einen Überblick über die unterschiedlichen Arten von Innovationen bekommen und den Ablauf eines „typischen“ Innovationsprozesses kennen lernen.
- näheres über den Strategiebegriff und die besonderen Merkmale von Strategien erfahren,
- sich mit den verschiedenen Strategietypen und hier insbesondere mit den Innovationsstrategien auseinandersetzen,
- die Phasen, Methoden und Instrumente zur Formulierung von Innovationsstrategien kennen lernen und anhand einer Checkliste ein grundsätzliches Verständnis dafür entwickeln, wo und vor allem wie sich mögliche Anhaltspunkte für eine effiziente Gestaltung des strategischen Innovationsmanagements identifizieren lassen.
- einen Überblick über die verschiedenen Phasen von Produktinnovationsprozessen bekommen,
- sich mit der Frage auseinandersetzen, durch welche Ereignisse auf der Markt- und Technologieseite Innovationen ausgelöst werden können,
- die verschiedenen Informations- und Ideenquellen sowie die gängigen Verfahren der kreativen Ideenfindung kennen lernen und hinsichtlich ihres praktischen Nutzens bewerten können,
- sich mit der Frage auseinandersetzen, wie eine Vielzahl von Ideen systematisch erfasst und so gespeichert werden kann, dass jederzeit ein schneller Zugriff möglich ist,
- die Anwendungsprinzipien von geeigneten Verfahren der qualitativen und quantitativen Ideenbewertung und ihre Einsatzbreite verstehen,
- die verschiedenen Möglichkeiten der Ideenauswahl und der Ideenumsetzung kennen lernen,
- sich mit dem Simultaneous Engineering und dem Projektmanagement als Verfahren zur Ideenumsetzung befassen und die wesentlichen Elemente des Innovationsmarketing und die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Produkteinführung kennen lernen.
- einen Überblick über die grundlegenden Sachverhalte der Aufbau- und Ablauforganisation von Unternehmen erhalten,
- der Frage nachgehen, wie Innovationsvorhaben in die Unternehmensorganisation integriert werden können und sich mit den typischen Rollen im Innovationsprozess und ihrer strukturellen Einbindung auseinandersetzen.
- die Merkmale, die Bedeutung und die Notwendigkeit einer innovationsfördernden Unternehmenskultur kennen lernen,
- sich mit den Möglichkeiten zur Veränderung der Innovationskultur auseinandersetzen und sehen, welche Vorgehensweise zur Innovationskulturentwicklung sinnvoll ist.
- einen Überblick über die relevanten Einflussgrößen des Innovationserfolgs erhalten,
- sich mit den wesentlichen innovationsspezifischen, unternehmensinternen und unternehmensexternen Faktoren auseinandersetzen und die Wirkung dieser Einflussgrößen kennen lernen und einige wesentliche Gründe für den Misserfolg von vielen Innovationsvorhaben erfahren.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

In der Vorlesung sollen die Gestaltung und Steuerung von Produktinnovationsprozessen systematisch, verständlich und praxisnah dargestellt werden. Nach der Darstellung der Grundlagen des Innovationsmanagements wird die Entwicklung von Innovationsstrategien beschrieben.

Im Mittelpunkt stehen dann die inhaltliche und die strukturelle Gestaltung von Produktinnovationsprozessen. Hier wird ausführlich auf die verschiedenen Instrumente und Techniken des Innovationsmanagements, die Durchführung von Innovationsprojekten, die organische Einbindung von Innovationsprozessen in das Unternehmen und die Bedeutung der Innovationskultur eingegangen. Dies wird anhand von zahlreichen Abbildungen, klassischen und aktuellen Praxisbeispielen und Checklisten veranschaulicht.

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Charts, Fallbeispiele, evtl. Besuche der F&E-Abteilung von Unternehmen

Exemplarische Literatur:

- Hauschildt, Salomo: Innovationsmanagement, Vahlen-Verlag
- Kaschny, Nolden: Innovationsmanagement im Mittelstand, Springer-Gabler-Verlag
- Lindemann: Handbuch Produktentwicklung, Hanser-Verlag
- Schuh: Innovationsmanagement, Springer Verlag
- Vahs, Burmester: Innovationsmanagement; Schäffer-Poeschl-Verlag
- Zahn: Handbuch Technologiemanagement, Schäffer-Poeschl-Verlag

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Bei technologisch neuen Produktentwicklungen/Innovationen ist „Time-to-Market“ mit breitem Marktzugang ein entscheidendes Erfolgskriterium. Eine internationale Vermarktung dazu Voraussetzung.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform*1)	Art/Umfang inkl. Gewichtung*2)	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Interkulturelles Management & Wirtschaftsethik

Intercultural Management and Ethics

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTH-TEM-M4	Grundlagenmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch / Englisch	1 Semester	SS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			Prof. Dr. Gabriele M. Murry, Prof. Dr. Bernt Mayer	
Voraussetzungen* Prerequisites				
Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA *Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit Hochschulweite Verwendbarkeit Ähnliche Vorlesungen in Studiengängen der OTH-Fakultäten		Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Anschauungsbeispiele, Seminararbeit)		Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis wissenschaftlicher Methoden die folgenden Lernziele erreicht

- Fachkompetenz**
 Die Studierenden lernen die Rolle der Führungskraft in multinationalen Unternehmen aus westlicher sowie östlicher Perspektive zu begreifen. Sie verstehen die Bedeutung kultureller Dimensionen im Rahmen von Teams und Zusammenarbeit sowie auch der Führung und Entsendung international Arbeitender in einer von Diversität geprägten internationalen und interkulturellen Arbeitswelt unter ethischen Aspekten. Umfassendes Verständnis der Theorie und aktueller Forschung im internationalen Management auf globaler Ebene wird unter ethischen Gesichtspunkten vermittelt.
- Sozialkompetenz**
 Die Studierenden sind befähigt zum wertschätzenden, ethischen und individuellen Umgang mit Diversität und erlernen Kompetenzen im Bereich der Teamfähigkeit, Kritikfähigkeit und des Diskussionsvermögens.
- Methodenkompetenz**
 Die Studierenden haben Kenntnisse und Fertigkeiten im Umgang mit geeigneten Methoden und Werkzeugen zur Gestaltung der Führung und des Einsatzes von Mitarbeitenden. Die Studierenden sind ermutigt, einen globalen Ansatz zu wählen, um mit den dynamisch-globalen und regionalen Belangen umgehen zu können.
- Persönliche Kompetenz**
 Die Studierenden sind sich bewusst, welche Kompetenzen und Haltungen sie mitbringen und entwickeln müssen, um die Ethik und Nachhaltigkeit, den Wirkungsgrad und die Akzeptanz ihrer internationalen Führungsaktivitäten zu steigern.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Imperative interkulturellen Handelns
- Aspekte von Moral, Ethik & Normen
- Kulturdimensionen und Standards
- Interkulturelle Beziehungen
- Interkulturelle Kommunikation und Training
- Arbeit und Organisation
- Akkulturation
- Kulturell informierte und angemessene Psychologie

Interkulturelle Situationen werden aus der Perspektive zwischenmenschlicher Beziehungen im vielfältigen in- und ausländischen Umfeld und im ethischen Kontext der entstehenden globalen Entwicklung beurteilt. Strategische Planung und Verhandlung wird durch das Definieren bedeutender Aufgaben innerhalb internationaler Organisationen untersucht, z. B. das Entwerfen der Organisationsstruktur und der Stellenbesetzung. Die Sicherstellung von Diversität des Personals wird aus beiden Perspektiven, kultur-basierend und kultur-vergleichend, vorgenommen.

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

- Adler, N. (2007). International Dimensions of Organizational Behavior. (5th ed.) Cincinnati, OH: South-Western.
- Banks, Ken (2016). Social Entrepreneurship and Innovation: International Case Studies and Practice. London, UK: Kogan Page.
- Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H., & Dasen, P. R. (2011). Cross-Cultural Psychology: Research and Applications. (3rd ed.) Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Dowling, P. J., Festing, M., & Engle, A. D. Sr. (2013). International Human Resource Management. (6th ed.) London: Cengage Learning EMEA.
- Farrel, O. C., Fraedrich, J., & Farrel, S. (2016). Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases. (11th ed.)
- Harris, P. R., Moran, R. T. & Moran, S. V. (2014). Managing Cultural Differences. (9th ed.) Burlington, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Durch das Thema selbst schon gegeben

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform*1)	Art/Umfang inkl. Gewichtung*2)	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	120 min (Fallstudie) Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Technologie-Marketing

Marketing of Technological Systems, Products and Services

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTH-TEM-M5	Grundlagenmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			Prof. Dr. Julia Heigl	

Voraussetzungen*

Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA

***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit Hochschulweite Verwendbarkeit Ähnliche Vorlesungen in Studiengängen der OTH-Fakultäten	Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Anschauungsbeispiele)	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fachliche Kompetenzen:

- Die Studierenden beschreiben die Grundidee, die wesentlichen Strategien und Instrumentalbereiche von Marketing sowie die besonderen Anforderungen der Vermarktung technologischer Güter.
- Insbesondere beschreiben sie die wesentlichen Elemente der Marketingplanung/-konzeption, verstehen die Bedeutung von Marken, Images und Emotionen im B2B-Industriegeschäft sowie die Bedeutung von Zielgruppenkonzepten und Kundenpriorisierung, beschreiben mögliche Marketing-Strategien und Ansatzpunkte zur Definition von Value Propositions, beschreiben mögliche Instrumente zu deren operativer Um-/Druchsetzung (Produkt/Service, Preis, Vertrieb, Kommunikation, ggf. Physical Environment, Process, People) und kennen Funktion und Methoden des Marketing-Controlling.

Methodische Kompetenzen:

- die Studierenden wenden gängige Instrumente der Kunden-, Markt- und Wettbewerbsanalyse, Nutzen-Analyse, Budgetierung etc. in Fallbeispielen an.
- Aufbauend auf ihrer Analyse entwickeln sie geeignete Marketing-Strategien und Value Propositions.
- Sie wählen geeignete instrumente des Marketing-Mix (4 bzw. 7 „Ps“) unter Abwägung der Möglichkeiten und Grenzen in Bezug auf die Vermarktung technologischer Güter aus und wenden diese auf Fallbeispiele verschiedener Technologiegüter/-geschäftsmodele an.
- Sie nennen wesentliche Markt-, Marketing- und Vertriebskennzahlen und wenden diese in Fallstudien und Datensätzen an.

Persönliche Kompetenzen:

- Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit eines fallweisen Einbezugs externer Marketingdienstleister und können diese steuern.
- Sie agieren reflektiert, können Stärken und Schwächen ausgewählter Marketingmaßnahmen und Vermarktungsformate beurteilen und diese dadurch zielorientiert und bewusst einsetzen.
- Sie sind für aktuelle Entwicklungen im Marketing von Technologiegütern auf Basis fortschreitender Digitalisierung bei Maßnahmen, Plattformen und Medien sensibilisiert, können diese einschätzen und deren Umsetzung konzipieren.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Marketing-Grundlagen (evtl. als Refresher)
- Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalyse, insbesondere ABC-Analyse, SWOT-Analyse, Portfolioanalyse, 5-Forces, Benchmarking, Potenzialanalyse, Marktbewertung, Buying Center Analyse, Marktforschung, etc.
- Zielgruppentypisierung, Segmentierung, Sinus-Milieus, Neuromodelle
- Basisstrategien im Marketing (Technologieführerschaft, Qualitätsführerschaft, Preisführerschaft, Kostenführerschaft, Zeitwettbewerb, Markenführerschaft...), Value Proposition Design, Blueprinting, ...
- Besonderheiten bei der Vermarktung technologischer Güter (z.B. Entscheidungsprozess, Investment, Lebenszyklusbetrachtung, Projektierung, Systemgeschäft, BOT-Modelle, Performance-based-contracting, Bartergeschäfte...)
- Besonderheiten der 4 bzw. 7P's bei technologischen Gütern:
 - Bedeutung von Services, Möglichkeiten durch Digitalisierung in der Produkt- und Servicepolitik
 - Preismanagement (Preisstrategie, Value-based Pricing, Zielpreis-Kalkulation, Preisdifferenzierung und Preiskontrolle mittels Preiswasserfall/Preiskorridor)
 - Grundlagen des Vertriebsmanagements
 - Klassische vs. digitale Kommunikationsmaßnahmen (z.B. Messen, Personal Sales, Print) vs. Online-Marketing (Website, SEO/SEA, Blogs, Social Media, Live-Communication, ...)
- Marketing- und Vertriebscontrolling: Reporting, KPIs und BSC im Marketing, z.B. Umsatz, Absatz, Markt-/Absatzvolumen, Marktanteile, Marktausschöpfung-/durchdringungsgrad, EBIT, Rendite, ROI, DB, etc., Budgetrechnung und -reporting

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Charts, Fallbeispiele, evtl. Gastvortrag eines Marketing-Verantwortlichen eines Technologieunternehmens und evtl. Besuch einschlägiger Branchen-/Industriemessen (z.B. HMI, SPS, Light & Building, Cebit)

Exemplarische Literatur:

- Backhaus, Voeth: Handbuch Business-to-Business-Marketing, Springer-Gabler-Verlag
- Backhaus, Voeth: Industriegütermarketing; Grundlagen, Vahlen-Verlag
- Schneider: Einführung in das Technologie-Marketing, Oldenbourg-Verlag

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Aufgrund der Globalisierung und der internationalen Transparenz der häufig oligopolistischen Technologie-/ B2B-Märkte ist eine internationale Analyse, Strategiekonzeption, Umsetzungsplanung und -kontrolle unerlässlich. Daher werden internationale Aspekte durchgängig berücksichtigt, z.B.:

- Analyse: internationale Unterschiede hinsichtl. wirtschaftl./technol. Entwicklung, Zoll-/Handelhemmnisse, Kundenansprüche, kulturelle Einflüsse
- Strategien: z.B. Lebenszyklusverlängerung durch Wasserfallstrategie
- Produktpolitik: Berücksichtigung unterschiedlicher Anforderungen entwickelter und weniger entwickelter Ländermärkte
- Preispolitik: internationale Preisdifferenzierung
- Vertriebspolitik: z.B. Markteintrittsformen, Partnerschaften
- Kommunikation: internationale Leitmesse, ...

Zudem werden insbesondere im Strategie- und Vertriebs-Teil englischsprachige Standard-Artikel (z.B. Porter, Levitt, Steenburgh/Ahearne, ...) herangezogen.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1)	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2)	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	<p>Schriftliche Prüfung, 90 min Gewichtung: 100%</p> <p>Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.</p>	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Smart Production

Smart Production

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTH-TEM-M6	Grundlagenmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			Simon Melzner & Andreas Schmid & Michael Ott	

Voraussetzungen*

Prerequisites

Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA

***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit Hochschulweite Verwendbarkeit Ähnliche Vorlesungen in Studiengängen der OTH-Fakultäten	Seminaristischer Unterricht mit Übungen	Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Der/die Studierende soll

- Begriffe und deren Zusammenhänge im Kontext von Smart Production kennen (Industrie 4.0, Smart Factory, IoT, CPS, ...)
- den Begriff Geschäftsmodell kennen, dessen Bestimmungs-elemente und ihre Verzahnung verstehen und selbst Geschäftsmodelle skizzieren/beschreiben können
- die Bedeutung der Produktion für den Unternehmenserfolg bei unterschiedlichen Geschäftsmodellen beurteilen können
- die zentralen Möglichkeiten kennen, wie Fertigungsstätten und Produktion organisiert werden können und deren jeweiligen Vor-/Nachteile vor dem Hintergrund spezifischer Anforderungen durch Branchen, Märkte/Kulturkreise, Kunden, Materialien/ Ressourcen, Unternehmenszielen beurteilen können
- wesentliche Fertigungsverfahren und -technologien und deren Haupteinsatzgebiete kennen
- Ziele in der Produktion kennen und selbst formulieren können
- die Entwicklung und Bedeutung der Fabrikautomatisierung kennen und einschätzen können
- soll die Unterschiede von Digitalisierung und Digitaler Transformation kennen und verstehen
- wesentliche Möglichkeiten und Trends der Digitalisierung im Fertigungsbereich kennen und Anforderungen, Konsequenzen und Grenzen für die Fabrik der Zukunft ableiten können
- State-of-the-art-Beispiele digitaler Produktion kennen und erklären können
- Methoden kennenlernen, Geschäftsmodelle zu hinterfragen, aufzubrechen und in Richtung Smart Production zu designen
- Methoden kennenlernen und anwenden können, die geeignet sind, den digitalen Wandel im Fertigungsbereich managen können

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Grundlagen und Begriffe im Kontext von Smart Production
- Globalwirtschaftliche Einflussfaktoren aus Markt und Technologie
- Geschäftsmodelle, Elemente und Beziehungen
- Vorgehensmodell zur Gestaltung von Geschäftsmodellen und deren Elemente im Kontext von Smart Production, Anforderungen an Produktion
- Überblick Fertigungsverfahren (nach DIN 8589)
- Einführung Additive Manufacturing
- Montage, Handhabung und Robotik
- Cyberphysische Systeme und Identifikationstechnologien
- Business Analytics, Cybersicherheit
- Computer Integrated Manufacturing (CAD, CAM, CAQ)
- ERP & APS mit Praxis-Übungen
- Vernetzung im IoT, RAMI 4.0
- Smart Factory Assessment Tools, Roadmap-Entwicklung
- Kennzahlen und Ziele in der Produktion
- Produktionsorganisation & Fabrikplanung
- Internationale Produktion (Kultur-/Marktspezifische Anforderungen)

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Research Papers, Charts, Fallbeispiele, Praxisbeispiele im Rahmen eines Unternehmensbesuchs

Exemplarische Literatur:

- Brauckmann: Smart Production, Springer-Vieweg-Verlag
- G. Schuh et. Al: Handbuch Industrie 4.0, Carl Hanser Verlag
- D. Schallmo: Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren, Springer-Verlag
- O. Gassman, K. Frankenberger, M. Csik: Geschäftsmodelle entwickeln, Carl Hanser Verlag
- Bauernhansl, Hompel, Vogel-Heuser: Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik, Springer-Vieweg-Verlag

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Vernetzung von global verstreuter Produktionsstandorte

Besonderheiten

Internationality

Ein Vorlesungstag inkl. Übungen vor Ort in einem produzierenden Unternehmen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform*1)	Art/Umfang inkl. Gewichtung*2)	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Normatives und strategisches Management

Normative and Strategic Management

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTH-TEM-M7	Grundlagenmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	WS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			Prof. Dr. Julia Heigl	
Voraussetzungen* Prerequisites				
Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA *Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Bezug und besseres Verständnis der Fächer im 2. und 3. Semester, Masterarbeit Hochschulweite Verwendbarkeit Anrechenbarkeit in den MBAs & M.A. OTH Professional		Seminaristischer Unterricht mit Übungen (evtl. thematische Gruppenarbeiten, Exkursionen)		Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls Learning Outcomes
<p>Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:</p> <p>Der/die Studierende soll fachlich...</p> <ul style="list-style-type: none"> die normativen Bestimmungs- und Führungselemente Unternehmensmanagement und deren Bedeutung kennen und verstehen zentrale Managementansätze kennen und verstehen die wesentlichen strategischen Elemente und Instrumente der Unternehmensorganisation, -führung und deren Interdependenzen im Hinblick auf ein konsistentes und ganzheitliches Unternehmensmanagement kennen und verstehen wesentliche Instrumente und Methoden zur Situations- und Ursachenanalyse als Basis normativer und strategischer Managementprozesse und -maßnahmen kennen <p>...und methodisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> die Anwendungsoptionen, Anforderungen und Nutzenpotenziale dieser Elemente verstehen und einsatzorientiert beurteilen können die wesentlichen Elemente einsetzen und im Rahmen von Controlling anwenden können <p>... und persönlich:</p> <ul style="list-style-type: none"> die Bedeutung normativer Führungssystemelemente zur Unternehmens- und Mitarbeiterführung und Entwicklung einer Unternehmenskultur reflektieren und verstehen sich der Bedeutung strategischer Unternehmensführung bewusst sein Ethische Fragen des Managements verstehen und den eigenen Standpunkt entwickeln können.
Inhalte der Lehrveranstaltungen Course Content
<ul style="list-style-type: none"> Die drei Ebenen der Unternehmensführung: normativ, strategisch, operativ Die drei Perspektiven des Unternehmensmanagements: Ressourcen-, Markt-, Beziehungsorientierung Normative Bestimmungs- und Führungselemente, wie Mission und Vision, Corporate Governance, Compliance, Corporate Identity, Revision/Audit, CSR in Theorie und exemplarischer Anwendung Zentrale Managementansätze, wie Lean Management, Six Sigma, Kaizen, MbO, Shareholder Value, Kernkompetenzenansatz, Design Thinking Strategische Managementinstrumente, z.B. Einsatz von KPI/ Balanced Scorecards, Portfolioanalyse, Szenarioanalyse, Prozessmanagement, Re- und Reverse-Engineering, Branchenstrukturanalyse (5 forces), Unternehmensstrukturanalyse und Organisationsentwicklung, SGE-Management, Change Management, CRM, Leadershipkommunikation, etc. Controllingmethoden, z.B. zentrale KPI, Revision/Audit, Geschäftspolitische Durchsprache, Planungsrunde, Bilanzanalyse etc. Zentrale Analysemethoden, wie Kunden-, Lieferanten- und Mitarbeiterbefragung, Markt- und Umweltanalyse/SWOT, Unternehmensstatistik/Big Data, Prozess- und Wertstromanalyse, Skill-Mix-Analyse
Lehrmaterial / Literatur Teaching Material / Reading
<p>Charts, evtl. Planspiele, Fallstudien</p> <p><u>Exemplarische Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Dubs: Normatives Management, Haupt-Verlag Hungenberg: Strategisches Management in Unternehmen, Springer-Gabler-Verlag Steinmann, Schreyögg, Koch: Management, Springer-Gabler-Verlag

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Behandlung der Themen immer in Bezug auf globale Verflechtung der Industrie/Wirtschaft

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Business Intelligence und Analytics

Business Intelligence and Analytics

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-TEM-M8	Grundlagenmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	WS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			Dr. Christian Schieder	
Voraussetzungen* Prerequisites				
Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA *Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Technologiemanagement 4.0 Hochschulweite Verwendbarkeit Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.		Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten, Fallstudien)		Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Nach der Vorlesung sind die Studierenden in der Lage (fachliche, methodische, persönliche Kompetenzen)

- die verschiedenen fachlichen, prozessualen und technischen Aspekte von Business Intelligence und Big Data Analytics grundlegend zu verstehen und Umsetzungs- bzw. Auswertungsaufgaben zu unterstützen. (Fachkompetenz)
- konzeptionelle und methodische Handlungsrahmen von Business Intelligence und Big Data Analytics zu analysieren sowie ihre Potenziale einschätzen und bewerten zu können. (Methodenkompetenz)
- als Mittler zwischen Konzeption und betrieblicher Anwendung zu fungieren und sich in die Rollen von Analysten und Kunden hinein zu versetzen. (Sozialkompetenz)

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Grundlagen von Business Intelligence und Big Data Analytics
- Business Intelligence- und Analytics-Prozesse
- Business Intelligence Systeme und Anwendungen (z. B. Web-Controlling-Systeme, Recommendation Engines, Intelligente Agenten)
- Fallstudien zu Business Intelligence und Analytics

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte

Exemplarische Literatur, u.a.:

- Gronwald: Integrierte Business-Informationssysteme (2015)
- Müller/Lenz: Business Intelligence (2013)

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Die Themen werden auch am Beispiel international agierender Unternehmen erarbeitet. Unterrichtsmaterial teilweise in Englisch.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform*1)	Art/Umfang inkl. Gewichtung*2)	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Modularbeit	Gewichtung: 100% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	Über die Modularbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft Konzeption und Implementierung eines realistischen BI&A-Anwendungsfalls

Geschäftsprozess- und Veränderungsmanagement

Business Process and Change Management

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-TEM-M9	Grundlagenmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	WS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			Dr. Christian Ritter	
Voraussetzungen* Prerequisites				
Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zum MBA *Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Technologiemanagement 4.0 Hochschulweite Verwendbarkeit Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen		Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten, Fallstudien)		Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Nach der Vorlesung sind die Studierenden in der Lage (fachliche, methodische, persönliche Kompetenzen)

- **Fachkompetenz:**
die verschiedenen Aspekte des Geschäftsprozess- und Veränderungsmanagements grundlegend zu verstehen und Modellierungsaufgaben sowie die Anwendung entsprechender Software zu unterstützen.
- **Methodenkompetenz**
Konzepte und Methoden des Geschäftsprozess- und Veränderungsmanagements anzuwenden sowie die damit verbundenen Möglichkeiten und Grenzen bewerten zu können.
- **Sozialkompetenz**
Verständnis für verschiedene Rollen und Aufgaben im Prozessmanagement zu haben und sich in die Rollen von Treibern und Betroffenen von Change-Prozessen hinein zu versetzen.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

Geschäftsprozessmanagement

- Grundlegende Begriffe des Geschäftsprozessmanagements
- Prozessmodellierung und Modellierungs-Methoden
- Geschäftsprozessmodellierung und -simulation
- Prozessmanagement mit Workflow-Management-Systemen
- Prozessmanagement mit betriebswirtschaftlicher Standardsoftware

Veränderungsmanagement

- Grundlagen und Notwendigkeit des Change Managements
- Erfolgsfaktoren des Change Managements
- Besondere Anforderungen an das Change Management in der Internetökonomie

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte

Exemplarische Literatur, u.a.:

- Gadatsch: Grundkurs Geschäftsprozess-Management (2012)
- Lauer: Change Management (2014)

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Die Themen werden auch am Beispiel international agierender Unternehmen erarbeitet. Unterrichtsmaterial teilweise Englisch.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform ^{*1)}	Art/Umfang inkl. Gewichtung ^{*2)}	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Modularbeit	Gewichtung: 100% Solange nicht alle Leistungsnachweise erfolgreich absolviert sind, behalten auch bestandene Teilleistungsnachweise nur bis zu Beginn der nächsten gelesenen Veranstaltung Gültigkeit (i.d.R. 1 Jahr) und sind danach erneut abzulegen.	Über die Modularbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Wahlpflichtmodule

(3 von 5 sind zu wählen)

Selbst- und Sozialkompetenz am Arbeitsplatz

Personal and Social Skills

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-TEM-WP1	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			N.N.	
Voraussetzungen* Prerequisites				
B.A./B.Sc./B.Eng./Diplom *Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Technologiemanagement 4.0 Hochschulweite Verwendbarkeit Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge		Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten, Coaching)		Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls Learning Outcomes
Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:
<ul style="list-style-type: none"> Selbstkompetenz: Die Studierenden lernen, offen für neue Entwicklungen zu sein und Ziele ausdauernd und entschlossen zu verfolgen. Es wird die Fähigkeit vermittelt, unter hoher Arbeitsbelastung Prioritäten setzen und Aufgaben delegieren zu können sowie Entscheidungen zu treffen und durchzusetzen. Sie können Sachverhalte kritisch hinterfragen und reflektieren und darüber hinaus die gesellschaftliche Verantwortung in eigene Entscheidungsprozesse einbeziehen. Sozialkompetenz: Die Studierenden stärken ihre Kommunikations- und Teamfähigkeit und lernen konstruktiv Feedback zu geben und anzunehmen. Das erlernte Fachwissen setzen sie ein, um im Umgang mit Kunden oder weiteren Prozesspartnern überzeugend zu kommunizieren.

Inhalte der Lehrveranstaltungen Course Content
<ul style="list-style-type: none"> Coaching, Training und Weiterbildung Zieldefinition und Entscheidungsfindung Priorisierung von Aufgaben Kommunikations- und Präsentationstechniken Führung und Motivation von Mitarbeitern Teamentwicklung

Lehrmaterial / Literatur Teaching Material / Reading
<ul style="list-style-type: none"> Aronson, E., Wilson, T., & Akert, R. (2014), Sozialpsychologie (8th ed.), Hallbergmoos: Pearson Studium Asendorpf, J. (2012) Psychologie der Persönlichkeit, (5. Aufl.), Berlin: Springer Jonas, K., Stroebe, W., & Hewstone, M. (2014), Sozialpsychologie (6th ed.), Berlin-Heidelberg: Springer-Verlag Schuler, H. & Kanning, U.P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3., überarb. u. erw. Aufl.), Göttingen [u.a.]: Hogrefe Schuler, H. & Moser, K. (2014). Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Aufl.), Bern: Huber Steiger, T., & Lippmann, E. (2013), Handbuch Angewandte Psychologie für Führungskräfte, Berlin-Heidelberg: Springer-Verlag

Internationalität (Inhaltlich) Internationality

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform*1)	Art/Umfang inkl. Gewichtung*2)	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Studiengangsspezifische Methodenkompetenz

Methodological Skills specific for the Course of Studies

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-TEM-WP2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			N.N.	
Voraussetzungen* Prerequisites				
B.A./B.Sc./B.Eng./Diplom *Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Technologiemanagement 4.0 Hochschulweite Verwendbarkeit Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge		Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten, Coaching)		Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Methodenkompetenz:**
 Den Studierenden wird ein Methodenkatalog an die Hand gegeben, der sie zur Präsentation von Themengebieten befähigt. Das methodische Wissen versetzt sie in die Lage, Prozesse zu strukturieren und Projekte erfolgreich durchzuführen. Sie lernen spezifische Problemstellungen bei der Arbeit in Projekten sowie die Anforderungen an die Projektleitung kennen und sind in der Lage, eine Leitungsfunktion zu übernehmen. Sie verfügen über eine Problemlösungskompetenz bei betrieblichen Fragestellungen und über die daraus resultierende Erarbeitung von Alternativkonzepten. Es wird vermittelt, wie wissenschaftliche Erkenntnisse in die betriebliche Praxis transferiert werden.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Methodenauswahl
- Präsentationstechniken
- Projektmanagement und Arbeitsmethodik
- Prozessdesign und -implementierung
- Entscheidungsfindung und Problemlösungskompetenz

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

- Deutscher Manager-Verband e.V. (Hrsg.), Handbuch Soft Skills, Band III: Methodenkompetenz, 2004, vdf Hochschulverlag, Zürich
- Hungenberg, H., Strategisches Management in Unternehmen: Ziele – Prozesse – Verfahren, Springer-Gabler-Verlag, Wiesbaden
- Lang, Rudolf W., Schlüsselqualifikationen: Handlungs- und Methodenkompetenz, personale und soziale Kompetenz, 2000, Jahr, Deutscher Taschenbuch-Verlag, München

Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform* ¹⁾	Art/Umfang inkl. Gewichtung* ²⁾	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Angewandte Themen des Technologiemanagements

Applied Subjects of Technology Management

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTHP-TEM-WP3	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			N.N.	
Voraussetzungen* Prerequisites				
B.A./B.Sc./B.Eng./Diplom *Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Technologiemanagement 4.0 Hochschulweite Verwendbarkeit Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge		Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten)		Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Die Studierenden kennen die Bedeutung und Rahmenbedingungen des Technologiemanagements sowie aktuelle Themen und Problemstellungen. Sie setzen Erkenntnisse im eigenen Verantwortungsbereich um, analysieren und Bewerten neue Entwicklungen und sind in der Lage, eigene Vorgehensweisen zu definieren.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Bedeutung des Technologiemanagements in Unternehmen
- Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren
- Aktuelle Problemstellungen
- Praktische Umsetzung
- Trends und Entwicklungen im Bereich des Technologiemanagements

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform* ¹⁾	Art/Umfang inkl. Gewichtung* ²⁾	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Projektmanagement im Technologiemanagement

Project Management in Technology Management

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTH-TEM-WP4	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			Wiebke Schulz	
Voraussetzungen* Prerequisites				
Abgeschlossenes Bachelorstudium; Zulassungsvoraussetzungen zu MBA *Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Technologiemanagement 4.0 Hochschulweite Verwendbarkeit Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge		Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten) / Blended Learning		Präsenzzeit: ca. 20 h Virtuelle Zeit: ca. 15 h Eigenstudium: ca. 10 h Prüfungsvorbereitung: ca. 20 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fachkompetenz: Die Studierenden kennen verschiedene Projekttypen und Projektphasen sowie die unterschiedlichen Projektmethodologien (hybrid, agil, klassisch). Sie kennen die Herausforderungen in der Führung von Projektteams.

Methodenkompetenz: Die Studierenden können die erworbenen Kenntnisse auf diverse Projektphasen anwenden. Sie kennen verschiedene Methoden (z.B. Scrum, Kanban, Stakeholderanalyse) und können diese im Projektkontext anwenden. Die Studierenden können Führungskompetenzen in Projektteams anwenden.

Persönliche Kompetenz (Selbst- und Sozialkompetenz): Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Zusammenarbeit im Projektteam und können in Teamsettings zusammenarbeiten und Projektfortschritte, -ziele und -risiken entsprechend kommunizieren und geeignete Maßnahmen initiieren. Sie können Auswirkungen verschiedener Projektsettings auf die Zusammenarbeit im Team und auf das Selbstmanagement reflektieren. Sie verstehen, wie man Projektteams effizient zusammenstellt und leitet

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Grundlagen des Projektmanagements
- Projektplanung und -durchführung
- Klassisches, Agiles und Hybrides Projektmanagement
- Projektorganisation
- Projektleitung: Souverän und gelassen Projektteams führen
- Projektkommunikation: Team Building und Motivation
- Risiko- und Changemanagement

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

- Grau N., Wagner R. (Hrsg.), Basiswissen Projektmanagement: Projekte planen, Risiken erkennen, 2013, Symposion Publishing
- Heintel, P., Kranz, E., Projektmanagement: Hierarchiekrise, Systemabwehr, Komplexitätsbewältigung, 2015, Springer Gabler, Wiesbaden
- Leopold, K., Kaltenecker, S., Kanban in der IT: Eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung schaffen, 2013, Carl Hanser Verlag, München
- Patzak, G., Rattay G., Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen, 2014, Linde Verlag, Wien
- Kirchhof, M.; Kraft, B.: Agile und klassische Methoden im Projekt passend kombinieren. Projekt Magazin (2012), 11, S. 1–11.
- Kirchhof, C.; Fiege, J; Weiß, M.: Anwendungsbezogenes Projektmanagement: Praxis und Theorie für Projektleiter Projekt Magazin (2017). Berlin/Heidelberg
- Jakoby, W.: Intensivtraining Projektmanagement: Ein praxisnahes Übungsbuch für den gezielten Kompetenzaufbau (2019), Springer Gabler, Wiesbaden
- Kuster, J.: Handbuch Projektmanagement : Agil – Klassisch – Hybrid (2019), Springer Gabler, Berlin/Heidelberg

Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1)	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2)	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Modularbeit	Gewichtung: 100%	Über die Modularbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Angewandte Prozesse & Instrumente des Technologiemanagements

Applied Processes and Tools of Technology Management

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTH-TEM-WP5	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch	1 Semester	SS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Julia Heigl			N.N.	
Voraussetzungen* Prerequisites				
B.A./B.Sc./B.Eng./Diplom *Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.				
Verwendbarkeit Availability		Lehrformen Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Technologiemanagement 4.0 Hochschulweite Verwendbarkeit Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge		Seminaristischer Unterricht mit Übungen (u.a. Gruppenarbeiten)		Präsenzzeit: ca. 60 h Vor- und Nachbereitung: ca. 30 h Leistungsnachweise: ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Die Studierenden verstehen die organisatorische Einbettung der verschiedenen Technologiemanagement-Funktionen im Unternehmen und können Prozesse des Technologiemanagements benennen. Anhand geeigneter Instrumente sind sie in der Lage Themen praktisch zu bearbeiten. Neue Entwicklungen im Technologiemanagement können beurteilt und in der Praxis umgesetzt werden.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

- Bedeutung und Ziele des Technologiemanagements in Unternehmen
- Prozesse des Technologiemanagements in der Praxis
- Instrumente des Technologiemanagements in der Praxis
- Erfolgsfaktoren im Technologiemanagement
- Trends und neue Entwicklungen im Technologiemanagement

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform* ¹⁾	Art/Umfang inkl. Gewichtung* ²⁾	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Klausur	90 min Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

Masterarbeit und Kolloquium

Masterarbeit und Kolloquium

Master Thesis and Colloquium

Zuordnung zum Curriculum Classification	Modul-ID Module ID	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ECTS-Leistungspunkte Number of Credits
	OTH-TEM-MA	Masterarbeit und Kolloquium	ECTS: 30

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden Neumarkt	Deutsch oder Englisch (in Absprache)	1 Semester	SS o. WS	
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/In Professor / Lecturer	
Prüfungskommissionsvorsitz			Erst- und Zweitbetreuer/in bzw. Erst- und Zweitgutachter/in	

Voraussetzungen*

Prerequisites

Zulassungsvoraussetzung zur mündlichen Prüfung (Präsentation):
mindestens ausreichende Bewertung in der schriftlichen Ausarbeitung

***Hinweis: Beachten Sie auch die Voraussetzungen nach Prüfungsordnungsrecht in der jeweils gültigen SPO-Fassung.**

Verwendbarkeit Availability	Lehrformen Teaching Methods	Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf MBA Technologiemanagement 4.0 Hochschulweite Verwendbarkeit Masterstudiengänge innerhalb OTH Professional oder andere einschlägige Studiengänge	Selbständige wissenschaftlich-methodische Bearbeitung eines praxisrelevanten, abgrenzbaren (Teil-)Projektes in einem studien-gangbezogenen Umfeld und schriftliche Dokumentation in Form einer wissenschaftlichen Arbeit; Präsentation der Masterarbeit.	Masterarbeit: ca. 840 h (schriftliche Ausarbeitung) Kolloquium: ca. 60 h (mündliche Präsentation)

Lernziele / Qualifikationen des Moduls

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Die/der Studierende ist in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine wissenschaftliche Fragestellung in anwendungs- oder forschungsorientierten Aufgaben und Projekten in einem studien-gangbezogenen Umfeld selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Er/Sie besitzt die Kompetenz zur professionellen mündlichen und schriftlichen Darstellung der erarbeiteten Ergebnisse.

Inhalte der Lehrveranstaltungen

Course Content

Das Thema der Arbeit kann vom Studierenden in Absprache mit einem/r Betreuer/in frei gewählt werden. Masterarbeiten können intern oder extern in Betrieben oder Behörden durchgeführt werden

Lehrmaterial / Literatur

Teaching Material / Reading

Literaturrecherche ist entsprechend der gestellten Thematik selbständig zu erarbeiten

Internationalität (Inhaltlich)

Internationality

In Abhängigkeit vom gestellten Thema

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice - APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform*1)	Art/Umfang inkl. Gewichtung*2)	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Masterarbeit	Die Bearbeitung der Masterarbeit ist in der APO, SPO und den „Richtlinien zur Abschlussarbeit“ geregelt. Gewichtung: 4/6	Über die Masterarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft
Kolloquium	Präsentation: ca. 15 min Diskussion: ca. 15 min Gewichtung: 2/6	Über das Kolloquium werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschließlich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.