

Modulhandbuch

Master

Wirtschaftsingenieurwesen

Studienordnungsversion: 2014

gültig für das Wintersemester 2020/2021

Erstellt am: 26. April 2021
aus der POS Datenbank der TU Ilmenau
Herausgeber: Der Präsident der Technischen Universität Ilmenau
URN: urn:nbn:de:gbv:ilm1-mhb-20734

Inhaltsverzeichnis

Name des Moduls/Fachs	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.F	Ab- schluss	LP
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagenfächer											FP	16
Produktions- und Logistikmanagement 1	2	1	0								PL 90min	4
Quantitative Unternehmensplanung 1	2	1	0								PL 90min	4
Bürgerliches Recht in Unternehmen und Wirtschaft			2	1	0						PL 90min	4
Wiwi. Grundlagenfächer: 1 aus 4 Veranstaltungen											FP	4
Betriebliches Wissensmanagement / Wissensbasierte Systeme	2	1	0								PL 60min	4
Handels- und Gesellschaftsrecht			2	1	0						PL 90min	4
IV-Strategien			2	0	0						PL 60min	4
Methoden und Werkzeuge der digitalen Fabrik	2	1	0								PL 60min	4
Strategisches Management											FP	26
Marketing 3	2	1	0								PL	4
Unternehmensführung 3	2	1	0								PL 90min	4
Competition, Strategy, and Institution			2	1	0						PL	4
Marketing 4			2	1	0						PL	4
Marketing 5 / 1			2	1	0						PL	4
Produktions- und Logistikmanagement 2			2	1	0						PL 30min	4
Unternehmensethik			2	0	0						PL 30min	4
Unternehmensführung 4			2	1	0						PL	4
Arbeitsrecht			2	1	0						PL	4
Hauptseminar (Strategisches Management)			0	2	0						PL	6
Marketing 5 / 2			2	1	0						PL	4
Projektmanagement			2	1	0						PL 30min	4
Unternehmensführung 5			2	1	0						PL	4
Finanzmanagement, Unternehmensrechnung u. Besteuerung											FP	26
Controlling 1	2	1	0								PL 90min	4
Finanzwirtschaft 2	2	1	0								PL 90min	4
Steuerlehre 2	2	1	0								PL 60min	4
Steuerlehre 3	2	1	0								PL 90min	4
Controlling 2			2	1	0						PL 90min	4
Erbschaftsteuer und Unternehmensnachfolge			2	1	0						PL 90min	4
Finanzwirtschaft 3			2	1	0						PL 90min	4
Finanzwirtschaft 4			2	1	0						PL 90min	4
Steuerlehre 4			2	1	0						PL 90min	4
Hauptseminar (Finanzmanagement und Unternehmensrechnung)			0	2	0						PL	6
Internationale Rechnungslegung			2	1	0						PL 90min	4
Steuerlehre 5			2	1	0						PL 90min	4
Supply Chain Management											FP	26
Empirische Wirtschaftsforschung	2	1	0								PL	4
Industrieökonomik	2	1	0								PL 90min	4
Prognoserechnung	2	1	0								PL 90min	4
Unternehmensführung 3	2	1	0								PL 90min	4
Marketing 4			2	1	0						PL	4
Produktions- und Logistikmanagement 2			2	1	0						PL 30min	4
Quantitative Unternehmensplanung 2			2	1	0						PL 90min	4

Simulation 1	2 1 0					PL 60min	4
Steuerung von Produktionssystemen	2 1 0					PL 60min	4
Hauptseminar (Supply Chain Management)		0 2 0				PL	6
Informationsverarbeitung in der Logistik	2 1 0					PL 60min	4
Internationales Management						FP	26
Competition, Strategy, and Institution	2 1 0					PL	4
Europarecht	2 1 0					PL 90min	4
Internationale Wirtschaft	2 1 0					PL 90min	4
Marketing 4	2 1 0					PL	4
Marketing 5 / 1	2 1 0					PL	4
Unternehmensführung 4	2 1 0					PL	4
Arbeitsrecht		2 1 0				PL	4
Hauptseminar (Internationales Management)		0 2 0				PL	6
Internationale Rechnungslegung		2 1 0				PL 90min	4
Marketing 5 / 2		2 1 0				PL	4
Unternehmensführung 5		2 1 0				PL	4
Produkt- und Marktmanagement						FP	26
Industrieökonomik	2 1 0					PL 90min	4
Patentmanagement 1	2 1 0					PL 90min	4
Competition, Strategy, and Institution		2 1 0				PL	4
Innovationsökonomik		2 1 0				PL	4
Marketing 4		2 1 0				PL	4
Marketing 5 / 1		2 1 0				PL	4
Patentmanagement 2		2 1 0				PL 90min	4
Hauptseminar (Produkt- und Marktmanagement)		0 2 0				PL	6
Marketing 5 / 2		2 1 0				PL	4
Unternehmensführung 5		2 1 0				PL	4
Informations- und Wissensmanagement						FP	26
Betriebliches Wissensmanagement / Wissensbasierte Systeme	2 1 0					PL 60min	4
Empirische Wirtschaftsforschung	2 1 0					PL	4
Informationsmanagement (Mastermodul)	2 1 0					PL	4
Methoden und Werkzeuge der digitalen Fabrik	2 1 0					PL 60min	4
Prognoserechnung	2 1 0					PL 90min	4
Datenanalyse		2 1 0				PL 90min	4
IT Service Management		2 0 0				PL 60min	4
Quantitative Unternehmensplanung 2		2 1 0				PL 90min	4
Hauptseminar (Informations- u. Wissensmanagement)		0 2 0				PL	6
Informationsverarbeitung in der Logistik		2 1 0				PL 60min	4
IV-Strategien		2 0 0				PL 60min	4
Unternehmensführung 5		2 1 0				PL	4
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre						FP	26
Controlling 1	2 1 0					PL 90min	4
Empirische Wirtschaftsforschung	2 1 0					PL	4
Finanzwirtschaft 2	2 1 0					PL 90min	4
Marketing 3	2 1 0					PL	4
Steuerlehre 3	2 1 0					PL 90min	4
Unternehmensführung 3	2 1 0					PL 90min	4
Controlling 2		2 1 0				PL 90min	4
Finanzwirtschaft 3		2 1 0				PL 90min	4
Finanzwirtschaft 4		2 1 0				PL 90min	4

Marketing 4	2 1 0				PL	4	
Marketing 5 / 1	2 1 0				PL	4	
Steuerlehre 4	2 1 0				PL 90min	4	
Unternehmensethik	2 0 0				PL 30min	4	
Unternehmensführung 4	2 1 0				PL	4	
Hauptseminar (Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)	0 2 0				PL	6	
Internationale Rechnungslegung	2 1 0				PL 90min	4	
Marketing 5 / 2	2 1 0				PL	4	
Projektmanagement	2 1 0				PL 30min	4	
Steuerlehre 5	2 1 0				PL 90min	4	
Unternehmensführung 5	2 1 0				PL	4	
Produktions- und Logistikmanagement 2	2 1 0				PL 30min	4	
Freier Wahlbereich						MO	10
						SL	0
						SL	0
						SL	0
						SL	0
Masterarbeit						FP	30
Masterarbeit						MA 6	30

Modul: Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagenfächer

Modulnummer: 9012

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Joachim Weyand

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Planungs- und Entscheidungsprobleme zu analysieren und adäquate Methoden zur Problemlösung einzusetzen. Sie verfügen über detaillierte Kenntnisse des strategischen Produktions- und Logistikmanagements und können diese in das Supply Chain Management einordnen. Sie besitzen grundlegende Kenntnisse des privaten Wirtschaftsrechts, insbesondere im Hinblick auf Abschluss, Inhalt und Abwicklung von Verträgen zwischen Unternehmen sowie zwischen Unternehmen und Verbrauchern. Sie können dabei Problemschwerpunkte erkennen und lösen.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

Produktions- und Logistikmanagement 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtmodul Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 6268 Prüfungsnummer: 2500049

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 86	SWS: 3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2522

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden besitzen detaillierte Kenntnisse des über- und innerbetrieblichen strategischen Produktions- und Logistikmanagements und können diese in das Supply Chain Management einordnen. Sie kennen die wesentlichen Gestaltungsaspekte der langfristigen kundenorientierten Produkt(ions)programmplanung. Aufbauend auf den grundlegenden Aspekten des strategischen Produktions- und Innovationsmanagements erlangen sie umfassende Kenntnisse zur Gestaltung logistischer Netzwerkstrukturen, zur Standortplanung sowie zur Gestaltung und Planung unterschiedlicher Fertigungs- und Materialflusskonzepte bzw. -systeme (Fertigungstypen, Produktionskonzepte und -philosophien). Durch die Übung erlangen die Studierenden die Fähigkeit, die in der Vorlesung behandelten Aspekte anhand kleiner Übungsaufgaben und umfassender Fallstudien selbständig anzuwenden.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit bwl. Grundkenntnissen

Inhalt

1. Einführung: Strategisches Produktions- und Logistikmanagement als Teil der Unternehmensführung
 Teil A: Festlegung des Produktspektrums
2. Marktorientierte Produktentwicklung und -programmgestaltung
3. Variantenmanagement
 Teil B: Gestaltung des überbetrieblichen Wertschöpfungssystems
4. Supply Chain Management
5. Standort- und Transportplanung
6. Konzepte zur kooperativen Netzwerkgestaltung
 Teil C: Gestaltung des innerbetrieblichen Produktions- und Logistiksystems
7. Anlagenmanagement
8. Produktionssteuerungs- und Materialflusskonzepte
9. Fließbandabgleich

Medienformen

Überwiegend PowerPoint-Präsentationen per Beamer, ergänzt um Tafel- bzw. Presenteranschriebe
 Moodle-Kurs: Produktions- und Logistikmanagement 1 (WS 2020/21)

Literatur

Lehrmaterial: Skript (PDF-Dateien) auf Homepage und in Copy-Shop verfügbar. Die beiden letzten alten Klausuren stehen auf der Homepage zum Download bereit. Zu den einzelnen Kapiteln wird stets eine Kernliteratur angegeben. Die Veranstaltung basiert dabei auf verschiedenen Literaturbeiträgen; eine komplette Abdeckung durch ein oder einige wenige Lehrbücher ist nicht möglich. Einen guten Überblick über das strategische Produktionsmanagement liefern jedoch u. a. folgende Bücher:

- Zäpfel, G.: Strategisches Produktions-Management, 2. A., München/Wien 2000.
- Hansmann, K.-W.: Industrielles Management, 8. A., München/Wien 2006, insb. Teil II.
- Steven, M.: Produktionsmanagement, Stuttgart 2014, Kap. 1-7.
- Steven, M.: Produktionslogistik, Stuttgart 2015, Kap. 5-9 und 12.
- Günther, H.-O./Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik, 9. A., Berlin et al. 2012, Kap. 2-5.

Detailangaben zum Abschluss

Form der Abschlussleistung im Sommersemester 2021: Schriftliche Prüfungsleistung (90 Minuten)

Alternative Form: Take Home Exam (Aufsatz), insofern coronabedingt eine sPL nicht möglich ist.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Quantitative Unternehmensplanung 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtmodul Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 6300 Prüfungsnummer: 2500061

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Leistungspunkte: 4 Workload (h): 120 Anteil Selbststudium (h): 86 SWS: 3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2532

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																																	

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Planungs- und Entscheidungsprobleme zu analysieren und entsprechende Methoden zur Problemlösung richtig einzusetzen. Sie können die Analyseergebnisse bewerten und im Hinblick auf die zugrunde liegende Problemstellung interpretieren. Mit der Vorlesung und der Übung werden Fach- und Methodenkompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Einführung und Überblick 1.1 Grundlagen der Planung 1.2 Betriebswirtschaftliche Anwendungsbeispiele 2. Lineare Optimierung 2.1 Grundlagen und Anwendungsbeispiele 2.2 Graphische Lösung 2.3 Standardformen und Begriffsdefinitionen 2.4 Existenz und Eindeutigkeit der Lösungen 2.5 Simplexalgorithmus 2.6 Zwei-Phasen-Methode 2.7 Dualität 2.8 Postoptimale Sensitivitätsanalyse 2.9 Mehrfachzielsetzungen 3. Netzplantechnik 3.1 Grundlagen und Anwendungsbeispiele 3.2 Graphentheoretische Grundlagen 3.3 Grundbegriffe und Darstellungsformen für Netzpläne 3.4 Zeitplanung mit Vorgangsknotennetzen 4. Stochastik 4.1 Homogene Markovketten 4.2 Warteschlangen 5. Nichtexakte Lösungsverfahren 5.1 Simulation 5.2 Heuristische Verfahren

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien, Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/index.php?categoryid=223>

Literatur

Jeweils in der aktuellen Auflage: Berens, W.; Delfmann, W.: Quantitative Planung, Schäffer-Poeschel. Domschke, W.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations-Research, Springer. Domschke, W.; Drexl, A.: Einführung in Operations Research, Springer. Ellinger, T.: Operations Research: Eine Einführung, Springer, Berlin. Hauke, W.; Opitz, O.: Mathematische Unternehmensplanung: Eine Einführung. Neumann, K.; Morlock, M.: Operations Research, Hanser, München. Runzheimer, B.: Operations Research: Lineare Planungsrechnung, Netzplantechnik, Simulation und Warteschlangentheorie, Gabler. Zimmermann, H.-J.: Operations Research, Vieweg, Wiesbaden.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015
- Master Medienwirtschaft 2018
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2015
- Master Wirtschaftsinformatik 2018
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Bürgerliches Recht in Unternehmen und Wirtschaft

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Pflichtmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6291 Prüfungsnummer:2500085

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2561

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden besitzen grundlegende juristische Kenntnisse des privaten Wirtschaftsrechts, insbesondere im Hinblick auf Abschluss und Abwicklung von Verträgen zwischen Unternehmen sowie zwischen Verbrauchern und Unternehmen, können Problemschwerpunkte in der Leistungsabwicklung und der Leistungsstörung von Verträgen erkennen und lösen, vermögen Motive der Parteien für Vertragswahl und Vertragsgestaltung zu erkennen und einzuordnen, sind in der Lage, eine ökonomische Analyse für die Ausgestaltung von Wirtschaftsverträgen und die Lösung von Konflikten zu erstellen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

Grundlagen vertraglicher Gestaltung in Unternehmen und Wirtschaft,
 Veräußerungsverträge,
 Gebrauchsüberlassungsverträge,
 Tätigkeitsverträge,
 sichernde und bestärkende Verträge (Kreditsicherungsrecht),
 Ausgleich bei nicht gerechtfertigter Vermögensverschiebung (Bereicherungsrecht),
 außervertragliche Haftung

Medienformen

interaktives Tafelbild, Power-Point-Folien
 Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=455>

Literatur

BGB, Bürgerliches Gesetzbuch, 75. Aufl. 2015, dtv
 Brox/Walker, Besonderes Schuldrecht, 39. Aufl. München 2015 (Verlag C. H. Beck)
 Lange, Basiswissen ziviles Wirtschaftsrecht, 7. Aufl. München 2015 (Verlag Vahlen)
 Medicus/Lorenz, Schuldrecht I, Allgemeiner Teil, 21. Aufl. München 2015 (Verlag C. H. Beck)
 Medicus/Lorenz, Schuldrecht II, Besonderer Teil, 17. Aufl. München 2014 (Verlag C. H. Beck)
 Weyand, Bürgerliches Recht in Unternehmen und Wirtschaft. Vertragliche Schuldverhältnisse und Integritätsschutz, Erfurt 2012 (Millennium-Verlag)
 Klunzinger, Übungen im Privatrecht, 10. Aufl. München 2011 (Verlag C. H. Beck)

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Medienwirtschaft 2014
 Master Medienwirtschaft 2015
 Master Medienwirtschaft 2018
 Master Wirtschaftsinformatik 2014
 Master Wirtschaftsinformatik 2015
 Master Wirtschaftsinformatik 2018
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Betriebliches Wissensmanagement / Wissensbasierte Systeme

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 6305 Prüfungsnummer: 2500075

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Stelzer

Leistungspunkte: 4 Workload (h): 120 Anteil Selbststudium (h): 86 SWS: 3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2533

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																																	

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden

- kennen typische Anwendungsfelder des betrieblichen Wissensmanagements,
- können den Beitrag des Wissensmanagements zur Erreichung betrieblicher Ziele realistisch einschätzen,
- kennen Strategien, Aufgaben, Methoden und Werkzeuge des Wissensmanagements,
- wissen, wie Wissensmanagement organisatorisch verankert werden kann,
- haben einige Werkzeuge des Wissensmanagements näher kennen gelernt,
- kennen wichtige Mechanismen zur Repräsentation von Wissen und zur Inferenz,
- haben einen Überblick über semantische Technologien und das „Semantic Web“.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

Grundlagen des Wissensmanagements

- Grundlagen des Wissensmanagements
- Kategorien organisationalen Lernens
- Aufgaben des Wissensmanagements
- Strategien des Wissensmanagements
- Organisation des Wissensmanagements
- Methoden des Wissensmanagements
- Werkzeuge des Wissensmanagements
- Wissensrepräsentation und Inferenz
- Semantische Technologien

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien, in den Übungen Fallbeispiele für unterschiedliche

Wissensrepräsentationsmechanismen.

Skripte der Vorlesungen und Begleitmaterial der Übungen als Download

Einsatz eines moodle-Kurses zur Organisation der gesamten Lehrveranstaltung sowie zur Kontrolle des Lernfortschritts

Moodle-Kursraum: <https://moodle2.tu-ilmeneau.de/course/info.php?id=1149>

Literatur

- Stefan Güldenbergh: Wissensmanagement und Wissenscontrolling in lernenden Organisationen - Ein systemtheoretischer Ansatz. Braunschweig - Wiesbaden (neueste Auflage)
- Lutz J. Heinrich, Dirk Stelzer: Informationsmanagement: Grundlagen, Aufgaben, Methoden. München (neueste Auflage)
Lerneinheiten Wissensmanagement und Methoden des Wissensmanagements, <http://www.informationsmanagement-buch.org>
- Gilbert Probst, Steffen Raub, Kai Romhardt: Wissen Managen. Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen. Wiesbaden (neueste Auflage)
- Gerold Riempp: Integrierte Wissensmanagement-Systeme. Architektur und praktische Anwendung. Berlin, Heidelberg, New York (neueste Auflage)
- Zu den einzelnen Sitzungen werden weitere Literaturhinweise bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Handels- und Gesellschaftsrecht

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 5328 Prüfungsnummer:2500014

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2561

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
							2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden wissen die spezifischen Vorschriften des Privatrechts für Kaufleute und Gesellschaften anzuwenden. Sie kennen die Rahmenbedingungen sowie die Voraussetzungen für die Gründung von Gesellschaften/Unternehmen und deren Organisationsgrundsätze. Sie wissen die Vertretungsvorschriften für Unternehmen in Beziehung zu setzen zu den allgemeinen Vorschriften des Vertretungsrechts und sie können mit den Handelsgeschäften der Unternehmen umgehen.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

I. Gegenstand des Handels- und Gesellschaftsrechts II. Kaufmann, Handelsregister und Firma III. Organisationsverfassung der Gesellschaften IV. Vertretung des Kaufmanns (Unternehmens) V. Hilfspersonen und Absatzorganisation des Kaufmanns VI. Handelsgeschäfte VII. Handelskauf VIII. Internationales Handelsrecht

Medienformen

Power-Point-Präsentation, Vorlesungsskript, Übungsfälle mit ausformulierten Lösungen

Literatur

HGB, 57. Aufl. 2014, dtv
 AktG, GmbH-Aktiengesetz, GmbH-Gesetz 45. Aufl. 2013, dtv
 alternativ: GesR - Gesellschaftsrecht, 14. Aufl. 2014, dtv
 Rother/Weller, Handels- und Gesellschaftsrecht, 8. Aufl. München 2013 (Verlag Vahlen)
 Maties/Wank, Handels- und Gesellschaftsrecht, 3. Aufl. München 2010 (Verlag C. H. Beck)
 Weyand, Handels- und Gesellschaftsrech, 2. Aufl. Erfurt 2014 (Millennium Verlag)

Detaillangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2011
 Bachelor Medienwirtschaft 2013
 Bachelor Medienwirtschaft 2015
 Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Wirtschaftsinformatik 2014
 Master Wirtschaftsinformatik 2015
 Master Wirtschaftsinformatik 2018
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

IV-Strategien

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 6304 Prüfungsnummer: 2500074

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Volker Nissen

Leistungspunkte: 4 Workload (h): 120 Anteil Selbststudium (h): 98 SWS: 2.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2534

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2	0	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung vermittelt einen Überblick zu den Gestaltungsoptionen und Kerninhalten von IV-Strategien in Unternehmen.

Studierende sollen:

- Rahmenbedingungen des IV-Einsatzes in Unternehmen verstehen,
- Einsatzpotentiale und Risiken beim Einsatz der IV im Unternehmen kennen
- die strategische Steuerung der IV im Unternehmen verstehen Verfahren zur Entwicklung von IV-Strategien kennen
 - einen Einblick auf aktuelle technologische Entwicklungen erhalten, die IV-Strategien zukünftig beeinflussen können
 - das Innovationspotenzial von IV verstehen

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss
 Grundlagen der Wirtschaftsinformatik

Inhalt

- Notwendigkeit und Grenzen der strategischen IV-Planung
- Objekte und Ziele der strategischen IV-Planung
- Begriffliche Grundlagen und Grundlagen des strat. Informationsmanagements
- Strategische Relevanz der IV
- IT-Business-Alignment
- Bezug IT-Governance
- Vorgehensmodelle zur Entwicklung von IV-Strategien
- Architekturmanagement
- Organisation der IV in Unternehmen
- IV Integrationsmanagement
- IV Controlling
- Outsourcing in der IV

Medienformen

Tafelbild
 PowerPoint-Folien <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/info.php?id=2323>
 Literaturstudium

Literatur

- Mertens, P; Plattfaut, E.: Informationstechnik als strategische Waffe, 1986.
- Heinrich, L; Lehner, F.: Informationsmanagement. 8. Auflage. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2005.
- Kleiner, M.; Müller, L.; Köhler, M.: IT-Sicherheit – Make or Buy. 1. Auflage, Vieweg Verlag, 2005.
- Kütz, M.: IT-Controlling für die Praxis – Konzeption und Methoden. Dpunkt.verlag GmbH, 2005.
- Mauch, C.; Wildemann, H. (Hrsg): Handbuch IT-Management. 1. Auflage. TCW Transfer Centrum & Co. KG, 2006. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

Corona bedingt sind nach Ermessen des Modulverantwortlichen unter Berücksichtigung der dann gegebenen Situation auch Take Home Exam oder Prüfungen im Online-Format möglich.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Methoden und Werkzeuge der digitalen Fabrik

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkenn.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 6301 Prüfungsnummer: 2500076

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Steffen Straßburger

Leistungspunkte: 4 Workload (h): 120 Anteil Selbststudium (h): 86 SWS: 3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2531

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS				
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S
2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, Methoden und Werkzeuge der Digitalen Fabrik zu bewerten und ihre Nutzung innerhalb von Industriebetrieben zu koordinieren. Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für die IT-Probleme und Prozess-Voraussetzungen, die zur erfolgreichen Umsetzung der „Digitalen Fabrik“ in einem Unternehmen notwendig sind. Innerhalb von Übungen erwerben die Studierenden die Kompetenz, mit einzelnen Werkzeugen der digitalen Fabrik zu arbeiten.

Vorkenntnisse

Vorkenntnisse im Bereich Produktionswirtschaft

Inhalt

- Grundlagen der Digitalen Fabrik
- Grundlagen der Fabrikplanung
- Modelle, Methoden und Werkzeuge
- Verschiedene Modellierungs- und Simulationsansätze
- Virtual Reality
- Datenstandards, Schnittstellen und Integration
- Kopplung digitale und reale Fabrik
- Virtuelle Inbetriebnahme
- Interoperabilitätsstandards
- Kommunikationsprotokolle

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien, Moodle-Kurs: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=672>

Literatur

- Bracht, U.; Geckler, D.; Wenzel, S.: Digitale Fabrik. Methoden und Praxisbeispiele. Springer, 2011
- Bangsow, S.: Fertigungssimulationen mit Plant Simulation und SimTalk. Hanser, 2008

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Bachelor Informatik 2010
- Bachelor Informatik 2013
- Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
- Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
- Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Maschinenbau 2014
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015
- Master Medienwirtschaft 2018
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014 Vertiefung MB
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018 Vertiefung MB

Modul: Strategisches Management(BWL-Profil 1: 5 aus 12)

Modulnummer: 9013

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Aufgabe des Moduls Strategisches Management ist es, den Studierenden ein Grundverständnis zu Fragestellungen des Strategischen Managements zu vermitteln und dieses in ausgewählten Fächern zu vertiefen. Die Studierenden kennen und verstehen die Bedeutung der verschiedenen Managementfunktionen für das Strategische Management und deren Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg (Fachkompetenz). Darüber hinaus erlernen die Studierenden je nach Wahl der Fächer spezifische Methodenkompetenzen in den Teildisziplinen Entrepreneurship, Organisation, Leadership, Marketing, Produktion und Logistik, Projektmanagement sowie des Arbeitsrechts. Die in den Vorlesungen vermittelte Fachkompetenz wird ergänzt durch die Anwendung in den jeweils zugehörigen Übungen. Die Studierenden sind in der Lage das erworbene Fachwissen auf grundlegende Fragestellungen des Strategischen Managements anzuwenden, Entscheidungen zu treffen und diese schriftlich und/oder mündlich zu präsentieren (Methodenkompetenz).

Voraussetzungen für die Teilnahme

keine

Detailangaben zum Abschluss

Marketing 3

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6261 Prüfungsnummer:2500045

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																																	

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden lernen in der Vorlesung Marktforschungsstudien zu planen und durchzuführen. Dazu gehören Fachkenntnisse über das Design der Erhebung, Gestaltung von Fragebögen sowie qualitative und quantitative Datenauswertungsverfahren. Einen Schwerpunkt bilden dabei multivariate Analyseverfahren (z. B. Regressionsanalyse, Varianzanalyse, Clusteranalyse, Faktorenanalyse). Die Studierenden sind in der Lage, praxisnahe Problemstellungen im Hinblick auf relevante Analyseverfahren zu bewerten und so das Handwerkszeug der Marktforschung richtig auszuwählen und anzuwenden (Fachkompetenz). Im Rahmen eines Seminars lernen die Studierenden, anhand einer gegebenen Fragestellung ein geeignetes Untersuchungsdesign zu entwickeln, Daten zu erheben und mittels der Statistiksoftware SPSS auszuwerten. Damit werden Sie befähigt, Analyseverfahren problemorientiert anzuwenden. Sie sind in der Lage, die Tragweite der Ergebnisse zu erfassen und deren Konsequenzen für die untersuchte Fragestellung (z. B. Konsumentenverhalten) zu beurteilen (Methodenkompetenz).

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

- 1 Marktforschung als Managementaufgabe
- 2 Leitbild der empirischen Forschung
- 3 Planung des Untersuchungsdesigns
- 4 Datenerhebung
- 5 Datenanalyse

Medienformen

Moodle, Powerpoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki
 Moodle-Kurs: Marketing 3 – Angewandte Marktforschung (WS 2020/21)

Literatur

- Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P. (2009): Marktforschung. 12. Aufl., Wiesbaden.
- Bortz, J.; Döring, N. (2006): Forschungsmethoden und Evaluation. 4. Aufl., Heidelberg.
- Fantapié Altobelli, C. (2017): Marktforschung. Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele. 3. Aufl., Stuttgart.
- Homburg, C. (2016): Marketingmanagement. Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 6. Aufl., Wiesbaden.
- Kuß, A.; Wildner, R.; Kreis, H. (2018): Marktforschung. Datenerhebung und Datenanalyse. 6. Aufl., Wiesbaden.

Detailangaben zum Abschluss

Die Studierenden werden zu Beginn der Veranstaltung in Gruppen eingeteilt und durchlaufen den Prozess der Marktforschung mittels semesterbegleitender Aufgaben anhand eines Fallbeispiels. Die Aufgabenbearbeitung wird durch wissenschaftliche und praktische Inputs unterstützt. Die Ergebnisse der Aufgabenbearbeitung werden in Form eines Research Reports zusammengefasst und gebündelt zur Bewertung eingereicht.

Alternative Prüfungsleistung in Form eines Research Reports = 100 %

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Unternehmensführung 3

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6269 Prüfungsnummer:2500043

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2525

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung vermittelt ein tiefgehendes Verständnis zu den Gestaltungsoptionen moderner Organisation. Die Studierenden sind in der Lage, bestimmte Sachverhalte auf der Basis organisationstheoretischer Grundlagen zu analysieren und zu bewerten. Sie können darüber hinaus organisationstheoretische Kenntnisse sowie Gestaltungsoptionen auf konkrete Probleme der Unternehmenspraxis anwenden (Fachkompetenz).

Die Studierenden erlernen in der begleitenden Fallstudienübung das selbständige Einarbeiten in für sie neue Inhalte, wie man offene Fragen formuliert und wie die Präsenzveranstaltung der Übung zielorientiert zur Deckung eigener Wissenslücken und zum Verständnislernen genutzt werden kann (Methodenkompetenz). Darüber hinaus wird durch die Bearbeitung von Fallstudien in Gruppen neben der Methoden- auch die Sozialkompetenz weiterentwickelt.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studienfach.

Inhalt

In der Vorlesung Unternehmensführung 3 wird Organisation als Erfolgsfaktor der Unternehmensführung verstanden. In diesem instrumentellen Begriffsverständnis werden die Gestaltungsfragen moderner Organisation erklärt. Dabei werden organisationstheoretische Grundlagen auf Gestaltungsprobleme der Unternehmenspraxis angewendet.

Aufbauend auf begriffliche und konzeptionelle Grundlagen werden zunächst Organisationstheorien vorgestellt und erläutert. Anschließend wird der in der Vorlesung zugrunde gelegte Gestaltungsorientierte Ansatz der Organisation in seinen Begriffen und Vorgehensmodellen behandelt. Das folgende Kapitel „Strategieorientierte Organisation“ umfasst zum einen die Wertschöpfungsarchitektur des Unternehmens und die Gestaltung der Schnittstellen zu seinen Umsystemen. Es folgen Fragen der Corporate Governance und der Leitungsorganisation, bevor unter der Überschrift "Effizienzorientierte Organisation" die klassische Thematik der Prozess- und Aufbauorganisation von Unternehmen behandelt wird. Die Vorlesung schließt mit Fragen der „Innovationsorientierten Organisation“, die das Management organisatorischen Wandels adressiert.

Medienformen

Tafelbild, PowerPoint-Folien, Literaturstudium, e-learning-Plattform moodle
 moodle-Kurs: Unternehmensführung 3 - Organisation

Literatur

Bach, N. et al. (2017): Organisation. Gestaltung wertschöpfungsorientierter Architekturen - Prozesse - Strukturen. 2. Auflage, SpringerGabler 2017
 Schulte-Zurhausen, M. (2013): Organisation, 6. Aufl., München 2013

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
 Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013

Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Competition, Strategy, and Institution

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Englisch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 100766 Prüfungsnummer:2500183

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2541

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Strategic business behavior on competitive markets lies at the heart of any market economic system. This course aims at a deep understanding of competitive interaction in realistic market environments (oligopolies; presence of competition rules and regulatory institutional frameworks) as a precondition for analyzing the pros and cons of different business strategies from a social perspective. This framework is subsequently used to analyse and understand strategic business behaviour in complex (interactive) market environments, both in terms of applied theory and in terms of actual case studies. The purpose of this subject is to render the students capable of mastering the modern economics of competition, strategy, and institutions. It explicitly focuses on: (i) imparting knowledge about (a) the modern, state-of-the-art economics of competition, (b) the modern, state-of-the-art economics of strategy, (c) the modern, state-of-the-art economics of institutions, and (d) the interface between these three areas, (ii) enhancing skills in assessing theoretical and empirical problems in competition, strategy, and institutions on a high academic level, and (iii) qualifying students to master the scientific analysis of competition, strategy and institutions by applying advanced theories, concepts, tools and methods as well as to understand strategic business behavior in complex (interactive) market environments.

Vorkenntnisse

Microeconomics

Inhalt

1. Introduction
2. The Economic Theory of Competition, Strategy, and Institutions
3. Unilateral Strategies with Strategic Interdependency
 - 3.1 Predatory Pricing Strategies
 - 3.2 Advertising and Brands
 - 3.3 Bundling & Tying, Exclusive Dealing and Boycotts
 - 3.4 Raising Rivals' Costs
 - 3.5 European Competition Policy Framework
4. Mergers and Acquisitions
 - 4.1 General Notes
 - 4.2 Analyzing Mergers - European Competition Policy
5. Cartels, Cooperation, Alliances and Networks
 - 5.1 Types and Effects of Enterprise Cooperation
 - 5.2 The Problem of Stability
 - 5.3 Detection of cartels
 - 5.4 European Competition Policy Framework
6. The Global Dimension
 - 6.1 Market Concentration Worldwide
 - 6.2 International Antitrust Institutions

Medienformen

PowerPoint-Animation; Gruppenarbeit; Fallstudien; Projektarbeit; Übungsaufgaben

Literatur

- Bishop, Simon & Walker, Mike, The Economics of EC Competition Law, aktuelle Auflage, London: Sweet & Maxwell.

- Motta, Massimo, *Competition Policy: Theory and Practice*, aktuelle Auflage, Cambridge: Cambridge University Press.
- Kerber, Wolfgang & Schwalbe, Ulrich, *Economic Principles of Competition Law*, in: F. J. Säcker et al. (eds), *Competition Law: European Community Practice and Procedure*, London: Sweet & Maxwell 2008, pp. 202-393.
- Schwalbe, Ulrich & Zimmer, Daniel, *Law and Economics in European Merger Control*, aktuelle Auflage, Oxford: Oxford University Press.
- Kerber, Wolfgang, *Wettbewerbspolitik*, Vahlens Kompendium, Bd. 2, aktuelle Auflage, München: Vahlen.
- Bagwell, K., *The Economic Analysis of Advertising*, in: *Handbook of Industrial Organization*, Vol. 3, Amsterdam: Elsevier 2007, 1703-1844.
- Budzinski, O., *Impact Evaluation of Merger Control Decisions*, in: *European Competition Journal* 9 (1), 2013, 199-224.
- Budzinski, O., *International Antitrust Institutions*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 119-146.
- Choi, J.P. & Gerlach, H., *Cartels and Collusion: Economic Theory and Experimental Economics*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 415-441;
- Levenstein, M.C. & Suslow, V.Y., *Cartels and Collusion: Empirical Evidence*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 442-463.
- Elzinga, K.G. & Mills, D.E., *Predatory Pricing*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 40-61.
- Jayaratne, J. & Ordober, J., *Coordinated Effects*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 509-528.
- Keating, B. & Willig, R.D., *Unilateral Effects*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 466-508.
- Salinger, M.A., *Vertical Mergers*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 551-586.
- Salop, S.C. & Scheffman, D.T., *Raising Rivals' Costs*, in: *The American Economic Review* 73 (2), 1983, 267-271;
- Scheffman, D.T. & Higgins, R.S., *Twenty Years of Raising Rivals' Costs: History, Assessment, and Future*, in: *George Mason Law Review* 12 (2), 2013, 371-387.
- Tirole, J., *The Analysis of Tying Cases: A Primer*, in: *Competition Policy International* 1 (1), 2005, 1-25.
- White, L.J., *Monopoly and Dominant Firms: Antitrust Economics and Policy Approaches*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 313-344.

Detailangaben zum Abschluss

You can find all information about the course here:

<https://moodle2.tu-ilmeneau.de/course/view.php?id=388>

Essays are written in form of open book examination, i.e. all available materials may be used

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013
 Master Medienwirtschaft 2014
 Master Medienwirtschaft 2015
 Master Medienwirtschaft 2018
 Master Wirtschaftsinformatik 2014
 Master Wirtschaftsinformatik 2015
 Master Wirtschaftsinformatik 2018
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6262 Prüfungsnummer:2500046

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung vermittelt Kenntnisse zu Strategien und Instrumenten des Marketings in Industrie- bzw. High-Tech-Märkten. Die Studierenden lernen die Besonderheiten organisationalen Beschaffungsverhaltens, die Bedeutung von Technologien und die Komplexität kundenorientierter Lösungen und Leistungssysteme kennen und können daraus Konsequenzen für das Marketing von Industrie- bzw. Technologieunternehmen ableiten. Die Veranstaltung widmet sich zudem der Frage der Vermarktung bzw. Adoption neuer Technologien und Implikationen für das Marketing in High-Tech-Märkten (Fachkompetenz). Es werden Methoden der Marktforschung und Informationsbeschaffung, strategische Orientierungen, Markteintritts- bzw. Marktbearbeitungsstrategien, Marketinginstrumente sowie das Management von Geschäftsbeziehungen, Kooperationen und Allianzen diskutiert. Anhand von Fallstudienübungen werden die methodischen Kompetenzen der Studierenden vertieft.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

- 1 Unternehmen als Kunden
- 2 Beschaffungsverhalten organisationaler Kunden
- 3 Management von Geschäftsbeziehungen
- 4 Produkt- und Leistungs politik
- 5 Preismanagement
- 6 Vertriebsmanagement
- 7 Kommunikations politik

Medienformen

Moodle-Kurs: Marketing 4 – Investitionsgüter- und Technologiemarketing (Sommersemester 2021)

Moodle, Powerpoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki

Literatur

- Backhaus, K.; Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing. Grundlagen des Business-to-Business-Marketings. 10. Aufl., München.
- Kleinaltenkamp, M.; Saab, S. (2009): Technischer Vertrieb. Eine praxisorientierte Einführung in das Business-to-Business-Marketing. Berlin.
- Lilien, G. L. (Hrsg.) (2012): Handbook of business-to-business marketing. Cheltenham.
- Mohr, J.; Sengupta, S.; Slater, S. (2005): Marketing of High-Technology Products and Innovations, 2. int. ed., Upper Saddle River: Pearson.
- Schneider, D. (2002): Einführung in das Technologie-Marketing. München.

Detailangaben zum Abschluss

Teilleistung 1 (40 %): Reflection paper zu einem vorgegebenem Thema

Teilleistung 2 (50 %): Bearbeitung einer Fallstudie und Präsentation (Gruppenarbeit)

Teilleistung 3 (10 %): Erarbeitung und Präsentation eines selbstgewählten Anwendungsbeispiels

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 5 / 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Englisch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6263 Prüfungsnummer:2500047

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

This course aims at providing extended knowledge on characteristics of services, service production and delivery and services marketing management in various markets, including industrial markets, online markets and the public service sector. The course focuses on defining a service concept, deriving implications for the management of customer interactions, service encounters and service processes. Also, students gain a deeper understanding of service experiences and service quality, related measurements and management instruments to create and sustain valuable service experiences and high-quality services. In this vein, the course provides fundamentals of service innovation and service engineering. Exploring specific attributes of the marketing mix for services, students' ability to apply marketing instruments to different categories of services is enhanced. Lectures and exercises are held in English. Exercises comprise case studies on different strategic and tactical marketing decisions in service markets.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Introduction to Services Marketing
2. Fundamentals of Services Marketing
3. Strategies in Services Marketing
4. The Services Marketing Mix (I): Creating Service Products
5. The Services Marketing Mix (II): Performing Services
6. Service Marketing Research
7. Marketing Services Across Cultures

Medienformen

Moodle course: Marketing 5/1 – Services Marketing (Summer term 2021)

Moodle, PowerPoint, lecture notes, additional digital resources, Online-Wiki

Literatur

- Hoffmann, K. D.; Bateson, J. E. G.; Wood, E. H. (2009): Services Marketing. Concepts, Strategies and Cases, Andover: Cengage Learning;
- Lovelock, C.; Wirtz, J. (2018): Services Marketing, 8. int. ed., Boston: Pearson;
- McDonald. M.; Payne, S.; Frow, P. (2011): Marketing Plans for Services: A Complete Guide. Chichester: Wiley;
- Zeithaml, V. A.; Bitner, M. J.; Gremler, D. D. (2017): Services Marketing. 7. int. ed., London: McGraw Hill.

Detailangaben zum Abschluss

Assignment 1 (40 %): Reflection paper about current developments in services marketing

Assignment 2 (40 %): Case study - analysis and oral presentation (group work)

Assignment 3 (20 %): Contributions to a Service Marketing Wiki on Moodle

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Medientechnologie 2017
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Produktions- und Logistikmanagement 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung mündlich 30 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6264 Prüfungsnummer:2500050

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien		Fachgebiet:2522	

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden besitzen detaillierte Kenntnisse zu Fragestellungen kreislaufgerechter Produktion und Innovation, wie sie im Rahmen des Forschungsfelds Kreislaufmanagement (Closed Loop Management bzw. Reverse Logistics) behandelt werden. Sie haben Grundlagen des Kreislaufmanagements (Konzept des Sustainable Development, gesetzliche Rahmenbedingungen) sowie strukturelle und konzeptionelle Besonderheiten des Kreislaufmanagements in Industriebetrieben (Kreislaufmodelle, Recyclingoptionen, kreislaufgerechte Produktinnovationen etc.) erlernt. Sie können zudem spezielle Teilprobleme der Reverse Logistics (Demontageplanung, Sortierungsanalyse, abgestimmte Tourenplanung auf Hin- und Rückweg, Bestandsmanagement in Mehrwegsystemen) analysieren und kennen produktionswirtschaftliche und logistische Modelle und Verfahren zu deren Lösung. Überdies erlangen die Studierenden die Fähigkeit, die in der Vorlesung behandelten Aspekte anhand kleiner Übungsaufgaben (meist alte Klausuraufgaben) und umfassender Fallstudien selbständig anzuwenden.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit bwl. Grundkenntnissen

Inhalt

0. Einführung und organisatorische Hinweise
- Teil A: Grundlagen und Konzepte des Kreislaufmanagements
 1. Sustainable Management und Kreislaufwirtschaft
 2. Kreislaufsysteme und Recyclingformen
 - Fallstudie DSD: Duales System zum Recycling von Verkaufsverpackungen
 - Fallstudie HP: Rückführsysteme für Drucker
 3. Kreislaufgerechte Produktkonzepte und -innovationen
 - Fallstudie Kärcher: Vermeidungsorientierte Nutzung von Reinigungsgeräten (wird in der Übung behandelt)
- Teil B: Ausgewählte Planungsgegenstände des Kreislaufmanagements
 4. Demontage von Altprodukten
 5. Sortierung von Verpackungsabfallgemischen
 6. Bestandsmanagement in Mehrwegbehältersystemen
 - Fallstudie Brauerei: Bestandsmanagement im Behälterkreislauf
 7. Tourenplanung in abgestimmten Distributions-/Redistributions-Systemen
 8. Standortentscheidungen in Recovery Network

Medienformen

Moodle-Kurs: Produktions- und Logistikmanagement 2 (Sommersemester 2021)
 begleitendes Skript, ergänzendes Material (zum Download auf Moodle eingestellt)

Literatur

Lehrmaterial: Skript (PDF-Dateien) auf Homepage und in Copy-Shop verfügbar. Zu den einzelnen Kapiteln wird stets eine Kernliteratur angegeben. Die Veranstaltung basiert dabei auf verschiedenen Literaturbeiträgen; eine komplette Abdeckung durch ein oder einige wenige Lehrbücher ist wegen der Neuartigkeit der Thematik nicht möglich. Einen guten Überblick über verschiedene Fragestellungen des Kreislaufmanagements liefern u.a. folgende Bücher:

- Dyckhoff, H./Lackes, R./Reese, J.: Supply Chain Management and Reverse Logistics, Berlin et al. 2004.
- Dekker, R./Fleischmann, M./Inderfurth, K./Van Wassenhove, L.N.: Reverse Logistics, Berlin et al. 2004.
- Kirchgeorg, M.: Marktstrategisches Kreislaufmanagement, Wiesbaden 1999.

- Souren, R.: Konsumgüterverpackungen in der Kreislaufwirtschaft, Wiesbaden 2002.
- Die beiden letzten alten Klausuren stehen auf der Homepage zum Download bereit.

Detailangaben zum Abschluss

Form der Abschlussleistung im Sommersemester 2021: Schriftliche Prüfungsleistung (90 Minuten)

Alternative Form: Take Home Exam (Aufsatz), insofern coronabedingt eine sPL nicht möglich ist.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Regenerative Energietechnik 2016
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Unternehmensethik

Fachabschluss: Prüfungsleistung mündlich 30 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 101442 Prüfungsnummer:2500209

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):98 SWS:2.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2522

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	0	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die wesentlichen Inhalte verschiedener ethischer Grundhaltungen sowie Konzepte und Instrumente einer moralischen Unternehmensführung. Sie können diese auf unterschiedliche betriebswirtschaftliche Fragestellungen anwenden. Sie können verschiedene unternehmensethische Prinzipien (Nachhaltigkeit, CSR, Corporate Citizenship) in aktors- und prozessorientierte Beziehungsgefüge einordnen und die Verantwortung der verschiedenen Akteure benennen. Die Veranstaltung versetzt die Studierenden zudem in die Lage, unternehmenspraktische Probleme fundiert zu diskutieren und diverse Entscheidungssituation (Fallstudien) abzuwägen.

Vorkenntnisse

Grundlegende Kenntnisse der Unternehmensführung hilfreich, aber nicht zwingend erforderlich.

Inhalt

0. Einführung und organisatorische Hinweise

Teil A: Grundlagen der Ethik

1. Einige Gedankenexperimente zu moralischem Handeln
2. Begriffe und Denkrichtungen

Teil B: Konzeptionelle Grundgedanken zur Unternehmensethik

3. Moralische Aufgaben von Staat, Unternehmen und Managern im Wirtschaftssystem
4. Normative Leitprinzipien und ihre Umsetzung im Managementprozess

Teil C: Ausgewählte Gegenstände ethischer Unternehmensführung

5. Ethisches Personalmanagement
6. Ethisches Produkt- und Innovationsmanagement
7. Ethisches Marketing
8. Ethisches Management in (globalen) Wertschöpfungsketten
 (Die Vorlesung wird durch diverse Fallstudien zu den einzelnen Themenfeldern ergänzt.)

Medienformen

Moodle-Kurs: Unternehmensethik (Sommersemester 2021)
 begleitendes Skript, ergänzendes Material (zum Download auf Moodle eingestellt)

Literatur

Basisliteratur:

- Bak, P.M.: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Stuttgart 2014.
 Crane, A./Matten, D.: Business Ethics, 4. ed., Oxford 2016.
 Sandel, M.J.: Justice, New York 2010 (oder auf deutsch: Gerechtigkeit, Berlin 2013).

Vertiefende Beiträge (Auswahl):

- Carroll, A.: The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders, in: Business Horizons (34) 1991, S. 39–48.
 Friedman, M.: The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits, in: New York Times Magazine, 13. September 1970, S. 32–33, 122–126.
 Legge, K.: Is HRM ethical? Can HRM be ethical?, in: Parker, M. (Ed.): Ethics and organization, London 1998, S. 150–172.

Weitere Aufsätze, die von den Studierenden vor der jeweiligen Veranstaltung gelesen werden müssen, werden in der Vorlesung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

Form der Abschlussleistung im Sommersemester 2021: Mündliche Prüfungsleistung (30 Minuten) bevorzugt in Präsenz, ggf. via Online-Prüfung

Alternative Form falls die Teilnehmerzahl 50 Studierende deutlich übersteigt: Take Home Exam (Aufsatz).

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Regenerative Energietechnik 2016

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Unternehmensführung 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6265 Prüfungsnummer:2500041

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2525

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Durch die Vorlesung Unternehmensführung 4 "Motivation und Leadership" verstehen die Studierenden, wie Führungskräfte das Leistungsverhalten der Mitarbeiter eines Unternehmens beeinflussen können. Die Studierenden erwerben Fachkompetenzen zu klassischen Motivations- und Führungstheorien sowie zu neueren Ansätzen der Führungslehre, wie dem dem Management von Teams und Shared Leadership. Im Rahmen der begleitenden Fallstudienübung analysieren die Studierenden in Gruppenarbeit Fallbeispiele basierend auf den in der Vorlesung vermittelten theoretischen Grundlagen und wenden das Erlernete praktisch an (Methodenkompetenz, Sozialkompetenz).

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

Ausgangspunkt aller Überlegungen sind das dem Führungsverhalten zugrunde gelegte Menschenbild, das eine Führungskraft von ihren Mitarbeitern hat. Anschließend werden Grundbegriffe der Motivation sowie grundlegende Inhalts- und Prozesstheorien behandelt. Darauf aufbauend werden aus den klassischen Führungstheorien ausgewählte Ansätze in ihrer jeweiligen Fokussierung auf die Eigenschaften der Führungskraft, die Führungssituation und die Führungsbeziehung erläutert. Anschließend werden ausgewählte Theorien der Führung von Gruppen und Teams besprochen und als oberste Aggregationsebene die mikropolitische Sichtweise von Unternehmen und multilaterale Beeinflussungsprozesse diskutiert. Abschließend werden neuere Ansätze der Leadershipforschung, wie z.B. Shared Leadership und Leadership Agility, behandelt.

Medienformen

Lernplattform Moodle, PowerPoint-Folien
 moodle-Kurs: Unternehmensführung 4 - Motivation und Leadership

Literatur

- Bass, B.M. (1985): Leadership and Performance beyond Expectations
- Bass, B.M. (1990): Bass & Stogdill's Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications, 3. Aufl.
- Lieber, Bernd (2011): Personalführung, 2. Aufl.
- Peters, T. (2015): Leadership. Traditionelle und moderne Konzepte
- Stock-Homburg, R. (2013): Personalmanagement, 3. Aufl.
- The SAGE Handbook of Leadership, 2011

Detailangaben zum Abschluss

Ausarbeitung von Fallstudien (50%), schriftliche Ausarbeitung zu Diskussionsfragen (50%)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
 Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013
 Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Strategisches Management(BWL-Profil 1: 5 aus 12)

TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU**Arbeitsrecht**

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6396

Prüfungsnummer:2500052

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Joachim Weyand

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2561																								
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS																	
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester																											
				2	1	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden erkennen die Funktion des Arbeitsrechts in der Wirtschaftsordnung. Sie verfügen über solide Kenntnisse im Individualarbeitsrecht, wissen arbeitsvertragliche Regelungen einzuordnen und diese kritisch zu bewerten. Die erworbenen Kenntnisse wissen sie insbesondere im Hinblick auf Abschluss, Durchführung und Beendigung des Arbeitsvertrages anzuwenden. Sie sind weiterhin in der Lage, die Strukturen und die Wirkungsweise des Kollektivarbeitsrechts (Tarifrecht, Betriebsverfassungsrecht, Mitbestimmung auf Unternehmensebene) zu erkennen und seine Bedeutung für das Arbeitsverhältnis einzuordnen. Sie verfügen insoweit über Grundkenntnisse im Tarifrecht und in der betrieblichen Mitbestimmung.

Vorkenntnisse

Kenntnisse aus der Vorlesungsreihe Zivilrecht

Inhalt

- I. Aufgaben und Entwicklung des Arbeitsrechts
- II. Rechtsquellen/Gestaltungsfaktoren
- III. Anbahnung, Abschluss und Inhalt des Arbeitsvertrages
- IV. Beendigung des Arbeitsvertrages
- V. Tarifvertrag und Arbeitskampf
- VI. Betriebsverfassungsrecht
- VII. Arbeitsgerichtsverfahren

Medienformen

interaktives Tafelbild, Power-Point-Folien

Literatur

Arbeitsgesetze, 86. Aufl. 2015, dtv (Deutscher Taschenbuchverlag)
 Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, 19. Aufl. München 2014 (Verlag C. H. Beck)
 Wörten/Kokemoor, Arbeitsrecht, Lernbuch - Strukturen - Übersichten, 11. Aufl. München 2013 (Verlag Vahlen)
 Weyand, Arbeitsrecht. Eine Einführung, Erfurt 2014 (Millennium Verlag)

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015
- Master Medienwirtschaft 2018
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Hauptseminar (Strategisches Management)

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Pflichtmodul Turnus:ganzjährig

Fachnummer: 6401 Prüfungsnummer:2500124

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 6 Workload (h):180 Anteil Selbststudium (h):158 SWS:2.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2525

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							0	2	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, sich wissenschaftlich in einen Themenbereich selbständig einzuarbeiten und die Ergebnisse zu bewerten. Sie können die behandelte Thematik im Rahmen eines freien wissenschaftlichen Vortrags präsentieren und die wesentlichen Erkenntnisse zusammenfassen und darstellen. Mit dem Hauptseminar werden Fach-, Methoden- und Präsentationskompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Lehrveranstaltungen zum gewählten Seminarschwerpunkt

Inhalt

Die Studierenden belegen ein Hauptseminar aus einem der in der wahlobligatorischen Vertiefung vertretenen Lehrgebiete. Die konkreten aktuellen Themenangebote werden von den Fachgebieten semesterweise festgelegt.

Medienformen

- Literaturstudium - schriftliche Seminararbeit - mündliche Präsentation wichtiger Inhalte der Seminararbeit - Diskussion mit den anderen Hauptseminarteilnehmern und den Dozenten

Literatur

Abhängig vom jeweiligem Seminarschwerpunkt und Seminararbeitsthema. Einstiegsliteratur vom jeweiligem Betreuer als Grundlage eigener Literatursuche.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 5 / 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6508 Prüfungsnummer:2500068

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Kerstin Pezoldt

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0																														
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2523																														
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über theoretische Erklärungsansätze und Forschungsmethoden zur Lösung von Marketingproblemen von Medienunternehmen, welche vorrangig in dichotomen Absatzmärkten tätig sind und sich im digitalen Transformationsprozess befinden (Methodenkompetenz). Sie werden befähigt, Medienmärkte zu analysieren, theoretisch zu erklären und konzeptionelle Vorschläge für unternehmerische Marketingentscheidungen zu entwickeln. Sie sind in der Lage, strategische und taktische Entscheidungsprozess zu planen, zu prognostizieren, zu steuern und zu kontrollieren (Fachkompetenz). Sie erwerben Kompetenzen zur eigenständigen Anwendung von Forschungsmethoden bei der Analyse der Makro-, Mikro- und Unternehmensumwelt von digitalen Medienunternehmen und deren Ergebnisinterpretation sowie zur eigenständigen Entwicklung und Ausgestaltung einer Marketingkonzeption, die strategische und taktische Implikationen für die marktorientierte Unternehmensführung umfasst. Die Studierenden sind in der Lage, die Auswirkungen kurz-, mittel- und langfristiger Handlungsempfehlungen für Medienunternehmen zu erfassen und können deren Konsequenzen für gegebene Fragestellungen beurteilen (Methodenkompetenz). Sie lösen, präsentieren, diskutieren und bewerten Fallstudien in kleinen Gruppen (Sozialkompetenz).

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss (Marketing 1 und Marketing 2)

Inhalt

Vorlesungsschwerpunkte:

1. Grundlagen des Medien- und Onlinemarketing
2. Medienmärkte
3. Theorien im Medien- und Onlinemarketing
4. Strategische Umweltanalyse und Marketingplanung
5. Grundlagen des Onlinemarketing
6. Leistungspolitik im Rezipientenmarkt
7. Leistungspolitik im Werbemarkt
8. Kommunikationspolitik im Rezipientenmarkt

Medienformen

Moodle, PowerPoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki
 Moodle-Kurs: Marketing 5/2 – Medienmarketing (WS 2020/21)

Literatur

- Breyer-Mayländer, T.; Keil, M. (Hrsg.): Kundengewinnung und Kundenbindung bei Presseabonnements, Wiesbaden 2019.
- Breyer-Mayländer, T.; Seeger, C.: Medienmarketing, München 2006.
- Deges, F.: Grundlagen des E-Commerce. Strategien, Modelle, Instrumente, Wiesbaden 2020.
- Dreiskämper, T.: Grundfragen der Medienbetriebslehre: BWL für Medien- und Kommunikationsmanager, Berlin 2018.
- Gläser, M.: Medienmanagement, 3. Aufl., München 2014.
- Karstens, E. ; Schütte, J.: Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten, Wiesbaden 2005.
- Kollmann, T.: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, 7. Aufl., Wiesbaden 2019.

- Kreutzer, R.: Online-Marketing, 2. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing – Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inclusive Facebook-Werbung, 7. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Neuberger, C.: Meinungsmacht im Internet und Digitalstrategien von Medien-unternehmen, Leipzig 2018.
- Olbrich, R.; Schultz, C. D.; Holsing, C.: Electronic Commerce und Online-Marketing. 2. Aufl., Berlin 2019.
- Pezoldt, K.; Sattler, B.: Medienmarketing, Stuttgart 2009.
- Wirtz, B.: Medien- und Internetmanagement, 10. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Weinberg, T.; Pahrman, C.; Ladwig, W.: Social Media Marketing, Köln 2014.
- Zydorek, C.: Grundlagen der Medienwirtschaft. Algorithmen und Medienmanagement, Wiesbaden 2018.

Detailangaben zum Abschluss

alternative Prüfungsleistung:

Teilleistung 1 (20%): Textanalyse mit Reflection Paper zu einem vorgegebenen Thema

Teilleistung 2 (30%): Textanalyse mit Ergebnispräsentation

Teilleistung 3 (50%): Bearbeitung einer Fallstudie mit Endpräsentation

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Projektmanagement

Fachabschluss: Prüfungsleistung mündlich 30 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6267 Prüfungsnummer:2500042

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2522

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2	1	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden besitzen detaillierte Kenntnisse der Planung, Steuerung, Organisation und des Controllings von Projekten. Sie beherrschen wichtige entscheidungstheoretische Ansätze zur Projektbewertung und können diese auch auf komplexe Auswahlentscheidungen anwenden. Mit dem Instrumentarium der Netzplantechnik sind sie zudem umfassend vertraut und können dabei Netzpläne unterschiedlicher Art modellieren, auswerten und zumindest rudimentär auch optimieren. Durch die Übung werden die Studierenden in die Lage versetzt, die zentralen Instrumente selbstständig anzuwenden und somit die wesentlichen Schritte des Projektmanagements eigenständig zu durchlaufen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit betriebswirtschaftl. Grundkenntnissen

Inhalt

Teil A: Konzeptionelle Grundlagen

1. Einführung in das Projektmanagement: Begriffe, Aufgaben und Planungsgegenstände
2. Projektorganisation und Teammanagement

Teil B: Ausgewählte Instrumente zur Unterstützung einzelner Phasen verschiedener Projektarten

3. Ist-Analyse und Erhebung wichtiger Anforderungen
4. Ideenfindung und Lösungsentwurf
5. Bewertung und Auswahl

Teil C: Netzplantechnik als Instrument zur Projektplanung und -kontrolle

6. Konzept und grundlegende Typen
7. Zeitliche Planung und Kontrolle des Projektfortschritts
8. Kapazitätswirtschaftliche Erweiterungen
9. Kostenmäßige und finanzplanerische Erweiterungen
10. Ausgewählte Optimierungsmodelle und Lösungsansätze
11. Stochastische Erweiterungen

Medienformen

Moodle-Kurs: Projektmanagement (Sommersemester 2021)
 begleitendes Skript, ergänzendes Material (zum Download auf Moodle eingestellt)

Literatur

Lehrmaterial: Skript (PDF-Dateien) auf Moodle2 und im Copy-Shop verfügbar. 2 alte Klausuren auf Homepage verfügbar. Zu den einzelnen Kapiteln wird stets eine Kernliteratur angegeben. Die Veranstaltung basiert dabei auf verschiedenen Lehrbüchern und ergänzenden Literaturbeiträgen. Einen guten Überblick über das Projektmanagement (und hierbei insbesondere die Netzplantechnik) liefern u. a. folgende Bücher:

- Clements, J./Gido, J.: Effective Project Management, 5. A., Canada 2012.
- Corsten, H./Corsten, H./Gössinger, R.: Projektmanagement, 2. A. München 2008.
- Schwarze, J.: Projektmanagement mit Netzplantechnik, 11. A., Herne/Berlin 2014.
- Schwarze, J.: Übungen zur Netzplantechnik, 6. A., Herne/Berlin 2014.
- Zimmermann, J./Stark, C./Rieck, J.: Projektplanung: Modelle, Methoden, Management, 2. A., Berlin et al. 2010.

Detailangaben zum Abschluss

Form der Abschlussleistung im Sommersemester 2021: Schriftliche Prüfungsleistung (90 Minuten)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medientechnologie 2008
Bachelor Medientechnologie 2013
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medientechnologie 2009
Master Medientechnologie 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Regenerative Energietechnik 2016
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Unternehmensführung 5

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Englisch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6266 Prüfungsnummer:2500044

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2525

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

The learning goals of this unit are as follows:

1) Knowledge and understanding

Both disciplines Strategic Management and Entrepreneurship are young disciplines. The former is largely theory driven, while the latter is phenomenon driven and experiential. In this module, we make the attempt to contrast them, but we also try to show how they are complimentary. The first learning goal is to impart a general understanding of Strategic Management and Entrepreneurship and to gain 'up to date' knowledge on selected challenges within both disciplines.

2) Intellectual skills

Being able to think critically and be creative: manage the creative processes in self and others; organise thoughts, analyse, synthesise and critically appraise. This includes the capability to identify assumptions, evaluate statements in terms of evidence, detect false logic or reasoning, identify implicit values, define terms adequately and generalise appropriately.

3) Professional practical skills

Effective performance within team environments and the ability to recognise and utilise individuals' contributions in group processes and to negotiate and persuade or influence others; team selection, delegation, development and management.

4) Transferable (key) skills

Effective two-way communication: listening, effective oral and written communication of complex ideas and arguments, using a range of media, including the preparation of business reports
 High personal effectiveness: critical self-awareness, self-reflection and self-management; time management; sensitivity to diversity in people and different situations and the ability to continue to learn through reflection on practice and experience

Vorkenntnisse

Bachelor's degree with a business subject (Wirtschaftsingenieurwesen, Medienwirtschaft, Wirtschaftsinformatik, Betriebswirtschaftslehre, and similar); profound understanding of the English language.

Inhalt

- Unit outline (preliminary):

Entrepreneurship and Innovation

- Entrepreneurship and Economic Growth
- Schumpeterian and Kirzner Opportunities
- The Field of Entrepreneurship
 - What is Strategy?
- History of and Perspectives on Strategy
- Strategy Context, Content, and Process
- Putting strategy in it's place
 - Dominant Perspectives within Strategic Management
- Economizing versus Strategizing
- Market-based View: How much does Industry matter?
- Resource-based View: Really?

- International Management
- Definitions and Drivers of Internationalization and Globalization
- Theories explaining Internationalization
- Managing Multinational Firms
 - Dynamic Capabilities and Timing Strategies
- Dynamic Capabilities and Competitive Advantage
- Managerial Cognition: The fourth Dynamic Capability
- Framework for Resource Orchestration
 - (Digital) Business Models in (Digital) Industry Architectures
 - Of Architectures, Industry, and Organizational Advantage
 - Designing and Innovating Business Models

Medienformen

PowerPoint-Folien, Tafelbild, Skript, Literaturstudium, Case Study Tutorial
moodle-Kurs: Unternehmensführung 5 - Strategic Management and Entrepreneurship

Literatur

- Aldrich, Howard E., and Roger Waldinger. "Ethnicity and entrepreneurship." *Annual Review of Sociology* (1990): 111-135.
- Alvarez, Sharon A., and Lowell W. Busenitz. "The entrepreneurship of resource-based theory." *Journal of Management* 27.6 (2001): 755-775.
- Amit, R. & Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *MIT Sloan Management Review* 53(3), 41-49.
- Baker, Ted, and Reed E. Nelson. "Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage." *Administrative Science Quarterly* 50.3 (2005): 329-366.
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32(10), 1231-1241.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baumol, W. J., 1990, "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", *Journal of Political Economy* 98, 893-921.
- Burgelman, Robert A. "Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study." *Management Science* 29.12 (1983): 1349-1364.
- Conner, Kathleen R. "A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: do we have a new theory of the firm?." *Journal of Management* 17.1 (1991): 121-154.
- Eggers, J. P. & Kaplan, S. (2013). Cognition and capabilities: a multi-level perspective. *The Academy of Management Annals*, 7(1), 295-340.
- Foss, Kirsten, and Nicolai J. Foss. "Resources and transaction costs: how property rights economics furthers the resource-based view." *Strategic Management Journal* 26.6 (2005): 541-553.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Greve, Arent, and Janet W. Salaff. "Social networks and entrepreneurship." *Entrepreneurship Theory and Practice* 28.1 (2003): 1-22.
- Ireland, R. Duane, Michael A. Hitt, and David G. Sirmon. "A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions." *Journal of Management* 29.6 (2003): 963-989.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 74(1), 75-85.
- Kim C. & Mauborgne, R. (2004). Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, 76-84.
- Lounsbury, Michael, and Mary Ann Glynn. "Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources." *Strategic Management Journal* 22.6-7 (2001): 545-564.
- Nelson, Richard R., and Sidney G. Winter. "Evolutionary theorizing in economics." *The Journal of Economic Perspectives* 16.2 (2002): 23-46.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2010): *Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: Wiley. Online: : <http://businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>
- Oviatt, Benjamin M., and Patricia P. McDougall. "Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization." *Entrepreneurship Theory and Practice* 29.5 (2005): 537-554.
- Milgrom, P. & Roberts, J. (1992): *Economics, Organization and Management*. Chapter 5: Bounded rationality and private information.
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.
- Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. (pp. 21-38). *Harvard Business Review*, 21-38.
- Porter, Michael E. "The contributions of industrial organization to strategic management." *Academy of Management Review* 6.4 (1981): 609-620.

- Sarasvathy, Saras D. "Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency." *Academy of Management Review* 26.2 (2001): 243-263.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shelanski, H. A., & Klein, P. G. (1995). Empirical research in transaction cost economics: a review and assessment. *Journal of Law, Economics, & Organization*, 335-361.
- Tirole, Jean. "Cognition and incomplete contracts." *The American Economic Review* 99.1 (2009): 265-294.
- Venkataraman, S., Sarasvathy, S. D., Dew, N., & Forster, W. R. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: Whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. *Academy of Management Review*, 37(1), 21-33.

Additional reading material will be provided in the virtual classroom on moodle2.tu-ilmenau.de and during class!

Detailangaben zum Abschluss

alternative method of assessment

Both individual and group assignments and presentations during class and tutorials (30%); written or oral exam (70%) depending on student numbers. The module can only be passed by obtaining at least a pass (4.0) at each of the four components of the assessment.

Students need to register through the thosca+ system.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Modul: Finanzmanagement, Unternehmensrechnung u. Besteuerung(BWL-Profil 2: 5 aus 11)

Modulnummer: 6427

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden mit wirtschaftswissenschaftlichem Bachelorabschluss erwerben ihre bisherige Qualifikation ergänzende Kenntnisse und Kompetenzen in den Bereichen Controlling, Rechnungslegung, Finanzwirtschaft und Steuerlehre. Auf diese Weise werden sie zu forschungs- und praxisorientierten, interdisziplinären Tätigkeiten im Finanzwesen, Controlling sowie in Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungskanzleien befähigt.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Bachelorabschluss

Detailangaben zum Abschluss

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Finanzmanagement, Unternehmensrechnung u. Besteuerung(BWL-Profil 2:
5 aus 11)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Controlling 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:English Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6250 Prüfungsnummer:2500034

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2521

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																																	

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students are able to apply management accounting techniques and tools in the decision making process according to firms' requirements and in line with environmental restrictions. They are able to implement management control systems to align operating activities in line with corporate objectives.

Vorkenntnisse

5299 Internes Rechnungswesen (Cost Accounting)

Inhalt

Variante 1
Accounting and Management Control 1 -
Management Control Systems

Language: English

Content:

- advances methodological knowledge about management accounting
- management control system
- responsibility center control
- transfer pricing
- performance measurement
- management compensation

Literature: Anthony/Govindarajan: Management Control System. 12. ed. New York: MCGrawHill, 2007.

Regular Course start: winter term

Exam: written exam

Bonus Points: case studies with presentation

Variante 2

Accounting and Management Control 1 -
Empirical Accounting research

Sprache: Deutsch

Inhalt:

- Methoden und Forschungsgegenstände empirischer Rechnungslegungsforschung
- Umgang mit wissenschaftlicher Literatur
- Forschungsgegenstand >Qualität von Rechnungslegung< und ihre Quantifizierung
- Vorbereitung auf empirische Masterarbeit

Turnus: Wintersemester

Prüfungsart: Projektarbeit

Bonuspunkte: keine

Medienformen

Powerpoint presentation, case studies, tutorial questions

Literatur

Anthony/Govindarajan: Management Control Systems. 12. ed. New York : McGrawHill, 2007.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medientechnologie 2009
Master Medienwirtschaft 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Finanzwirtschaft 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6254 Prüfungsnummer:2500032

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2524

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																																	

Lernergebnisse / Kompetenzen

Aufbauend auf den Kenntnissen der betrieblichen Finanzwirtschaft und zu Kapitalmärkten erlangen die Studierenden vertieftes Wissen über die derivativen Finanzinstrumente, deren Bedeutung in der Praxis ebenso wie in der Theorie rasant zunimmt und weiter zunehmen wird. Sie verstehen die Funktionsweise von Futures, Optionen, Swaps und Zertifikaten, können diese analysieren und bewerten und zielgerichtet für die Optimierung der Unternehmensfinanzierung nutzbar machen. Die Studierenden erwerben die Kenntnisse und Fertigkeiten für den sicheren und kompetenten Umgang mit modernen innovativen Finanzierungsinstrumenten sowohl bei einschlägigen kaufmännischen Tätigkeiten als auch bei der Abbildung der entsprechenden betriebswirtschaftlichen Prozesse in IT-Systemen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit Kenntnissen, wie sie in den Veranstaltungen "Finanzierung und Investition" (betriebliche Finanzwirtschaft) und "Finanzwirtschaft 1" (Kapitalmärkte) vermittelt werden

Inhalt

1. Überblick über Finanzinnovationen
2. Financial Futures: institutionelle Beschreibung, Bewertung, DAX-Future und Bund-Future, Anlagestrategien
3. Optionen: institutionelle Beschreibung (Options, Optionsscheine), Bewertung, Kennzahlen, fundamentale Eigenschaften (z.B. Hebelwirkung, Put-Call-Parität), Anlagestrategien
4. moderne Derivate (Beschreibung, Analyse und Bewertung): Zertifikate, Contracts for Difference)
5. Swaps: institutionelle Beschreibung, Analyse der Wirkungsweise, Strategien
6. Kreditrisikotransfer, insbesondere Kreditderivate
7. Exchange Traded Funds (ETFs)

Medienformen

Vorlesungsskript, Übungsskript, Literaturstudium
Moodle-Kurs Finanzwirtschaft 2

Literatur

Jeweils in der die aktuellsten Auflage:
Trost: Vorlesungsskript Finanzwirtschaft 2
Hull: Optionen, Futures und andere Derivate, Pearson, München
Perridon/Steiner/Rathgeber, Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen, München
Rudolph/Hofmann/Schaber/Schäfer, Kreditrisikotransfer, Springer, Berlin-Heidelberg
Rudolph/Schäfer, Derivative Finanzmarktinstrumente, Springer, Berlin-Heidelberg
Steiner/Bruns, Wertpapiermanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015
- Master Medienwirtschaft 2018

Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Steuerlehre 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 5302 Prüfungsnummer:2500055

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2521

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																																	

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vorkenntnisse

Steuerlehre 1, Externes Rechnungswesen, Internes Rechnungswesen, Finanzierung und Investition

Inhalt

Im Rahmen der Lehrveranstaltungen wird das bereits erarbeitete steuerliche Fachwissen aus der Veranstaltung "Steuerlehre 1" vertieft und durch spezielle praxisrelevante Problembereiche erweitert. Schwerpunktmäßig wird die Unternehmensbesteuerung von Kapital- und Personengesellschaften und deren Gesellschaftern behandelt.

Medienformen

Beamer, Overhead-Projektor, Tafel, Foliensatz zur Vorlesung und Handout mit Übungsaufgaben im Moodlekurs "Steuerlehre 2"

Moodle Kurs Steuerlehre 2

Literatur

Detailangaben zum Abschluss

schriftlich

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2011
 Bachelor Medienwirtschaft 2013
 Bachelor Medienwirtschaft 2015
 Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Wirtschaftsinformatik 2014
 Master Wirtschaftsinformatik 2015
 Master Wirtschaftsinformatik 2018
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Finanzmanagement, Unternehmensrechnung u. Besteuerung(BWL-Profil 2:
5 aus 11)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Steuerlehre 3

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkenn.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6257

Prüfungsnummer:2500058

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2521

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Änderungen von Rechtsform und Beteiligungsverhältnissen gehören zu den wirtschaftlich bedeutsamsten Ereignissen in der Existenz eines Unternehmens. Die Veranstaltung erläutert die steuerlichen Konsequenzen solcher Umstrukturierungsmaßnahmen und gibt Hinweis für eine auch unter steuerlichen Aspekten sinnvolle Gestaltung. Dabei werden sowohl Verschmelzungen von Kapitalgesellschaften auf Personengesellschaften und auf Kapitalgesellschaften als auch Spaltungsvorgänge behandelt. Des Weiteren werden die im Rahmen des SEStEG grundlegend geänderten Einbringungen von Betriebsvermögen und Anteilstausche ausführlich behandelt. Die einzelnen Umwandlungsvorgänge werden dabei nicht nur eingehend erläutert, sondern auch auf ihre Wirtschaftlichkeit hin untersucht. Aufgrund der hohen Praxisrelevanz der Vorlesungsinhalte können die Studierenden ihr erworbenes Wissen unmittelbar in ihrer späteren beruflichen Tätigkeit einsetzen. Die Studierenden lernen dabei insbesondere die sorgfältige Analyse von steuerlichen Problemstellungen und den Entwurf einer optimalen Lösungsstruktur.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Gegenstand und Aufgaben des Umwandlungsrechts und des Umwandlungssteuerrechts
2. Betriebswirtschaftliche Auswirkungen von Umwandlungsvorgängen
3. Einführung in steuerliche Konsequenzen von einzelnen Umstrukturierungsmaßnahmen und Gestaltungsmöglichkeiten
 - 3.1 Verschmelzung von Kapitalgesellschaften auf Personengesellschaften
 - 3.2 Verschmelzung von Kapitalgesellschaften auf Kapitalgesellschaften
 - 3.3 Spaltungsvorgänge von Kapitalgesellschaften
 - 3.4 Einbringungsvorgänge in Kapitalgesellschaften und Personengesellschaften

Die Veranstaltung wird ab dem SS 2017 nicht mehr gelesen und kann somit nicht neu belegt werden. Die Prüfungen für die Wiederholer aber werden noch einige Zeit angeboten.

Medienformen

Beamer, Overhead-Projektor, Tafel, Foliensatz zur Vorlesung und Handout mit Übungsaufgaben im Downloadbereich des Fachgebietes verfügbar

Literatur

Brähler, Gernot, Umwandlungssteuerrecht, 8. Auflage, Wiesbaden 2014

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Controlling 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6251 Prüfungsnummer:2500035

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2521

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Studenten sind in der Lage, strategische Entscheidungen von Unternehmen zu evaluieren und implementieren und auf ihrer Basis Steuerungssysteme zu implementieren.

Vorkenntnisse

5299 Internes Rechnungswesen

Inhalt

Das Fach vertieft Fähigkeiten und Kenntnisse zur strategischen Unternehmenssteuerung. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Controlling von Geschäfts- und Unternehmensstrategien, wertorientiertem Controlling, strategischer Frühaufklärung und Performance Measurement-Systemen.

Medienformen

Powerpoint-Presentation, Fallstudien, Übungsskript

Literatur

Baum/Coenenberg/Günther: Strategisches Controlling. 5. Aufl. Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 2013.

Detailangaben zum Abschluss

schriftlich

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medientechnologie 2009
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Finanzmanagement, Unternehmensrechnung u. Besteuerung(BWL-Profil 2:
5 aus 11)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Erbschaftsteuer und Unternehmensnachfolge

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 101206

Prüfungsnummer:2500192

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Katrin Haußmann

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2529

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die rechtzeitige Planung und Gestaltung der Unternehmensnachfolge gewinnt insbesondere im Mittelstand zunehmend an Bedeutung. Die Studierenden lernen im Rahmen der Veranstaltung die Grundzüge der Erbschaft- und Schenkungsteuer kennen und sind in der Lage, daraus Konsequenzen für die unternehmerische Nachfolgeplanung abzuleiten. Im ersten Teil der Veranstaltung werden erbrechtliche Fragestellungen wie Erbfolge, Ehegattenerbrecht und Ausgestaltung von Testamenten behandelt. Danach werden Aufbau und Systematik der Erbschaft- und Schenkungsteuer erläutert. Einen Schwerpunkt bilden die Bewertungsverfahren für Grund- und Betriebsvermögen. Zudem werden wesentliche steuerliche Aspekte der Vermögensübergabe, die steuerliche Privilegierung von Unternehmensvermögen und die Nachfolgeplanung im Mittelstand besprochen. Der Praxisbezug wird über aktuelle Beispiele aus der Praxis und einen Gastvortrag hergestellt. Umfassende Kenntnisse im Bereich der Erbschaft-/Schenkungssteuer und der Unternehmensnachfolge sind für Studierende relevant, die selbst von erbschaft-/schenkungsteuerlichen Regelungen betroffen sein werden (z.B. im Rahmen der Übernahme des Familienbetriebs) bzw. die eine Tätigkeit in der Steuerberatung des Mittelstandes anstreben.

Vorkenntnisse

Inhalt

- Erbrecht
- Bewertungsrecht
- Erbschaft-/Schenkungssteuer
- Steuerliche Gestaltung der Unternehmensnachfolge

Medienformen

Skript, ergänzendes Material

Literatur

- Haas/Heil, Erbrecht, Erbschaftsteuer, Schenkungssteuer, 3. Auflage 2012, Schäffer Poeschel
- Brüggemann/Stirnberg, Erbschaftsteuer, Schenkungssteuer, 9. Auflage 2012, Erich Fleischer Verlag
- Lehr- und Trainingsbuch Bewertung und Erbschaftsteuer, 8. Auflage 2014, nwb

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Finanzwirtschaft 3

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6255 Prüfungsnummer:2500033

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2524

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Aufbauend auf den Kenntnissen der betrieblichen Finanzwirtschaft und zu Kapitalmärkten erwerben die Studierenden über die verbreiteten Grundkenntnisse weit hinausgehende Methodenkompetenz auf dem Gebiet der Investitionsbewertung. Sie beherrschen fortgeschrittene Methoden ebenso wie die Lösung spezieller Fragestellungen. Darüber hinaus können sie gewonnene Aussagen aufgrund des fundierten Wissens über die Limitierungen der einzelnen Verfahrens kritisch einschätzen und den Einsatz der verschiedenen Verfahren gegeneinander abwägen. Zusätzlich haben die Studierenden eine besonders hohe Methodenkompetenz in Fragen der Unternehmensbewertung gepaart mit fundiertem Wissen über Anwendungsprobleme. Dies befähigt sie, sich „auf Augenhöhe“ mit Beratern und Spezialisten zu bewegen, die auf diesem zunehmend wichtig werdenden Gebiet die Unternehmen oft in fremdbestimmte Entscheidungen treiben. Die Studierenden erwerben die Kenntnisse und Fertigkeiten für den sicheren und kompetenten Umgang mit der Bewertung von Investitionen – insbesondere auch von Investitionen in ganze Unternehmen – sowohl bei einschlägigen kaufmännischen Tätigkeiten als auch bei der Abbildung der entsprechenden betriebswirtschaftlichen Prozesse in IT-Systemen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit Kenntnissen, wie sie in den Veranstaltungen "Finanzierung und Investition" (betriebliche Finanzwirtschaft) und "Finanzwirtschaft 1" (Kapitalmärkte) vermittelt werden

Inhalt

Investitionsrechnung (Vertiefung):

- Wahlentscheidung mit Kapitalwert und Internem Zins
- optimale Nutzungsdauer und Ersatzentscheidun
- Endwertmethoden, Sollzinssatzmethoden
- Investitionsentscheidungen unter Unsicherheit
- Investitionsprogrammplanung

Unternehmensbewertung:

- Methodenüberblick
- Multiplikatorenmethode (Marktwertansatz)
- Discounted Cashflow-Methoden
- Ertragswertmethode nach aktuellem IDW-Standard

Medienformen

Vorlesungsskript, Übungsskript, Literaturstudium
Moodle-Kurs Finanzwirtschaft 3

Literatur

Jeweils in der die aktuellsten Auflage:

Trost, Vorlesungsskript Finanzwirtschaft 3

zur Investitionsrechnung:

- Blohm/Lüder/Schaefer, Investition, Münche
- Kruschwitz, Investitionsrechnung, Oldenbourg, München
- Perridon/Steiner/Rathgeber, Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen, München

zur Unternehmensbewertung:

- Ballwieser, Unternehmensbewertung, Schäffer-Poeschel
- Damadoran, Investment valuation, Wiley, New York
- Drukarczyk/Schüler, Unternehmensbewertung, Vahlen, München
- Mandl/Rabel, Unternehmensbewertung, Ueberreuter, Wien
- Peemöller, Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, Neue Wirtschafts-Briefe, Herne/Berlin

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Finanzwirtschaft 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:Deutsch Pflichtkenn.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6256 Prüfungsnummer:2500036

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2524

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Veranstaltung und damit die vermittelten Kompetenzen zerfallen in zwei Teile. Zum einen sind die Studierenden befähigt, Quellen und Erscheinungsformen finanzwirtschaftlicher Risiken im internationalen Wirtschaftsverkehr zu erkennen und die Instrumente für ihr Management zielgerichtet auszuwählen und einzusetzen. Zum anderen können die Studierenden in besonders vertiefter Weise die Möglichkeiten und Grenzen sowohl klassischer Kapitalmarktansätze als auch alternativer Ansätze reflektieren und somit wesentlich fundiertere finanzwirtschaftliche Entscheidungen treffen als Personen ohne dieses Hintergrundwissen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit Kenntnissen, wie sie in den Veranstaltungen "Finanzierung und Investition" (betriebliche Finanzwirtschaft) und "Finanzwirtschaft I" (Kapitalmärkte) vermittelt werden

Inhalt

Internationale Finanzierung:

- Außenhandelsfinanzierung: Auslandszahlungsverkehr und Terms of Payment, Exportfinanzierung
- Devisenhandel: Devisentermingeschäfte, Devisenfutures, Devisenoptionen, Devisenswaps
- Währungsrisikomanagement im Außenhandel

Jenseits der klassischen Kapitalmarkttheorie:

- Klassische Kapitalmarkttheorie: Empirie und Modellmodifikationen
- Faktormodelle und Arbitrage Pricing Theory (APT)
- Neo-institutionalistische Finanzierungstheorie (Principal Agent Theory)
- Behavioral Finance

Medienformen

Vorlesungsskript, Übungsskript, Literaturstudium
Moodle-Kurs Finanzwirtschaft 4

Literatur

Jeweils in der die aktuellsten Auflage:
Trost, Vorlesungsskript Finanzwirtschaft 4
Copeland/Weston/Shastri, Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik, Pearson, München
Franke/Hax, Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, Springer, Berlin et al.
Goldberg/von Nitzsch, Behavioral Finance, FinanzbuchVerlag, München
Hull, Optionen, Futures und andere Derivate, Pearson, München
Jahrmann, Außenhandel, Neue Wirtschaftsbriefe, Herne
Schmidt/Terberger, Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie, Gabler, Wiesbaden
Shleifer, Inefficient Markets: An Introduction to Behavioral Finance, Oxford
Stocker, Management internationaler Finanz- und Währungsrisiken, Gabler, Wiesbaden

Detaillangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM

Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Finanzmanagement, Unternehmensrechnung u. Besteuerung(BWL-Profil 2:
5 aus 11)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Steuerlehre 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6258

Prüfungsnummer:2500059

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2521

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Gegenstand der Lehrveranstaltung sind steuerliche Bilanzfragen. Nach einer kurzen Einführung zur Bilanzpolitik werden die Grundlagen, Grundsätze und Wertbegriffe der Bilanzierung sowie alternative Gewinnermittlungsmethoden erläutert.

Anschließend wird die Bilanzierung der unterschiedlichen Positionen und unterschiedlicher bilanzrelevanter Vorgänge (Kauf/Verkauf eines Unternehmens bzw. eines Mitunternehmeranteils; Einarbeiten von Betriebsprüfungen) anhand von umfangreichen Übungsbeispielen vertieft. Darüber hinaus wird die bilanzsteuerliche Behandlung von Personengesellschaften intensiv diskutiert. Ein weiterer Themenschwerpunkt liegt in der Darstellung der steuerlichen Auswirkungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes. Auf diese Weise werden die Studenten in die Lage versetzt, die Zusammenhänge zwischen Handelsbilanz, Steuerbilanz und außerbilanziellen Maßnahmen zu erkennen und auf dieser Basis betriebswirtschaftlich optimale Entscheidungen zu treffen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Gegenstand und Aufgaben des Bilanzsteuerrechts
2. Einführung in die Bilanzpolitik
3. Allgemeine Rechtsgrundlagen der Steuerbilanz
4. Bilanzsteuerliche Behandlung von Personengesellschaften
5. Steuerliche Auswirkungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes

Die Veranstaltung wird ab dem SS 2017 nicht mehr gelesen und kann somit nicht neu belegt werden. Die Prüfungen für die Wiederholer aber werden noch einige Zeit angeboten.

Medienformen

Beamer, Overhead-Projektor, Tafel, Foliensatz zur Vorlesung und Handout mit Übungsaufgaben im Moodlekurs "Steuerlehre 4"

Literatur

Skriptum des Fachgebiets
Skriptum der DATEV e.G.

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Hauptseminar (Finanzmanagement und Unternehmensrechnung)

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Pflichtmodul Turnus:ganzjährig

Fachnummer: 6422 Prüfungsnummer:2500125

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 6 Workload (h):180 Anteil Selbststudium (h):158 SWS:2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2524

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
							0	2	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, sich wissenschaftlich in einen Themenbereich selbständig einzuarbeiten und die Ergebnisse zu bewerten. Sie können die behandelte Thematik im Rahmen eines freien wissenschaftlichen Vortrags präsentieren und die wesentlichen Erkenntnisse zusammenfassen und darstellen. Mit dem Hauptseminar werden Fach-, Methoden- und Präsentationskompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Lehrveranstaltungen zum gewählten Seminarschwerpunkt

Inhalt

Die Studierenden belegen ein Hauptseminar aus einem der in der wahlobligatorischen Vertiefung vertretenen Lehrgebiete. Die konkreten aktuellen Themenangebote werden von den Fachgebieten semesterweise festgelegt.

Medienformen

Literaturstudium - schriftliche Seminararbeit - mündliche Präsentation wichtiger Inhalte der Seminararbeit - Diskussion mit den anderen Hauptseminarteilnehmern und den Dozenten
Moodle-Kurs Hauptseminar

Literatur

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Internationale Rechnungslegung

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6252 Prüfungsnummer:2500053

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2521

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
							2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Studenten sind in der Lage, einzelne Bilanzierungsprobleme IFRS-konform zu lösen und IFRS-Jahresabschlüsse in Grundzügen zu erstellen.

Vorkenntnisse

5298 Externes Rechnungswesen

Inhalt

Das Fach vertieft Grundlagen der Internationalen Rechnungslegung nach International Financial Reporting Standards (IFRS). Es vermittelt einen Überblick über die unterschiedliche Systematik und Genese der IFRS sowie Instrumente eines IFRS-Abschlusses. Schwerpunktmäßig werden detaillierte Ansatz- und Bewertungsvorschriften für Sachanlage- und Immaterielle Vermögensgegenstände, Impairment, die Bewertung von Vorräten und Fertigungsaufträgen, das Umsatzrealisationskonzept, die Abbildung latenter Steuern und von Erfolgsunsicherheit behandelt. Daneben werden Konzepte zum Enforcement in Deutschland überblicksartig vorgestellt.

Medienformen

Powerpoint-Presentation, Fallstudien, Übungsskript

Literatur

Pellens/Füllbier/Gassen/Sellhorn: Internationale Rechnungslegung. 8. Aufl. Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 2011.

Detailangaben zum Abschluss

schriftlich

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Finanzmanagement, Unternehmensrechnung u. Besteuerung(BWL-Profil 2:
5 aus 11)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Steuerlehre 5

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6259 Prüfungsnummer:2500060

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2521

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2	1	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die zunehmenden grenzüberschreitenden Aktivitäten und Verflechtungen der Unternehmen stellen zusammen mit der mangelnden internationalen Harmonisierung steuerlicher Vorschriften einerseits neue Anforderungen an die Entscheidungsträger der Unternehmen und deren steuerliche Berater, erschließen diesen aber andererseits auch eine Fülle von Gestaltungsmöglichkeiten. Im ersten Teil der Vorlesung werden zunächst alle innerstaatlichen Normen und die zwischenstaatlichen Vereinbarungen zur Abgrenzung der Steuergewalt eines Staates gegenüber dem Ausland dargestellt. Von besonderer Bedeutung ist in diesem Zusammenhang die Besprechung des OECD-Musterabkommens zur Vermeidung der Doppelbesteuerung auf dem Gebiet der Steuern vom Einkommen und Vermögen. Darauf aufbauend wird die unterschiedliche steuerliche Belastung verschiedener Formen der Auslandstätigkeit eingehend analysiert. Darüber hinaus wird auch die Internationale Steuerplanung durch den Einsatz von Holdinggesellschaften sowie durch Verrechnungspreise ausführlich behandelt. Die entsprechenden Gegenmaßnahmen des Gesetzgebers werden ebenfalls detailliert erläutert. Die Studierenden erlangen aber nicht nur das konzeptionelle Wissen über die Unternehmensbesteuerung im internationalen Kontext, sondern auch die Fähigkeit zur kritischen Analyse der internationalen Unternehmensbesteuerung aus betriebswirtschaftlicher Perspektive wird herausgearbeitet und geschärft.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Gegenstand und Aufgaben der Internationalen Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre
2. Grundlagen der Unternehmensbesteuerung im internationalen Kontext
3. Besteuerung ausgewählter Inbound-Aktivitäten
 - 3.1 Begründung einer inländischen Betriebsstätte
 - 3.2 Beteiligung an einer inländischen Kapitalgesellschaft
4. Besteuerung ausgewählter Outbound-Aktivitäten
 - 4.1 Begründung einer ausländischen Betriebsstätte
 - 4.2 Beteiligung an einer ausländischen Kapitalgesellschaft
5. Erfolgsabgrenzung grenzüberschreitender Aktivitäten
 - 5.1 Erfolgsabgrenzung zwischen Stammhaus und Betriebsstätte
 - 5.2 Erfolgsabgrenzung zwischen Mutter- und Tochterkapitalgesellschaft
6. Kritik zu ausgewählten Aspekten der Unternehmensbesteuerung im internationalen Kontext

Die Veranstaltung wird ab dem SS 2017 nicht mehr gelesen und kann somit nicht neu belegt werden. Die Prüfungen für die Wiederholer aber werden noch einige Zeit angeboten.

Medienformen

Beamer, Overhead-Projektor, Tafel, Foliensatz zur Vorlesung und Handout mit Übungsaufgaben im Moodlekurs "Steuerlehre 5"

Literatur

Brähler, Gernot, Internationales Steuerrecht, 7. Auflage, Wiesbaden 2012

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Modul: Supply Chain Management(BWL-Profil 3: 5 aus 10)

Modulnummer: 9014

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

In diesem Modul werden die grundlegenden Konzepte, Mechanismen und Methoden des Supply Chain Managements behandelt. Die Studierenden sind in der Lage, integrierte logistische Netzwerkstrukturen über die gesamte Wertschöpfungskette zu beschreiben und zu analysieren. Sie vertiefen ihr Wissen in den Bereichen Produktion, Logistik, Marketing, Organisation, Industrieökonomik, Informationsverarbeitung und Operations Research und können entsprechende Methoden zur unternehmensübergreifenden Planung, Steuerung und Kontrolle aller Aufgaben in einer Wertschöpfungskette richtig anwenden und die erhaltenen Ergebnisse bewerten.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Detailangaben zum Abschluss

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Supply Chain Management(BWL-Profil 3: 5 aus 10)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Empirische Wirtschaftsforschung

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Englisch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 101443

Prüfungsnummer:2500210

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2542

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

The objective of this course is to prepare students for basic empirical work. It is a hands-on course, where students learn to work with simulated as well as real economic data. Topics include basic data analysis, regression, testing and forecasting. Students will get in touch with software such as Mathematica and Stata and they will acquire the necessary skills to carry out there own empirical research.

Vorkenntnisse

Mathematics, Statistics

Inhalt

Medienformen

Literatur

Murray, Michael (2006). Econometrics: A Modern introduction, Pearson Addison-Wesley.
 Greene, W. H. (2008): Econometric Analysis, 6th Ed. Pearson International.
 Wooldridge, Jeffrey M. (2012): Introductory Econometrics: A Modern Approach, 5th Ed. South-Western.

Detailangaben zum Abschluss

25 % mid term paper, 50 % final term paper, 5 takehomes

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Industrieökonomik

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6298 Prüfungsnummer:2500083

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2542

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

-Die Studierenden kennen: - Begriffe zur Beschreibung und Analyse von Märkten, - analytische Konstrukte der modernen Kostentheorie, - Prinzipien strategischen Verhaltens, - Modelle räumlichen Wettbewerbs und - Modellierungen der Innovationsprozesse. - Die Studierenden können - Konkurrenzbeziehungen auf Märkten erfassen, - Ansätze der Kostentheorie zur Erklärung und Prognose realer Vorgänge anwenden, - den Transaktionskostenansatz auf Fragen vertikaler Integration anwenden sowie - die Anreize und Wirkungen strategischer Verhaltensweisen darstellen. - Die Studierenden können: - den aktuellen und potenziellen Wettbewerb auf Märkten analysieren und beurteilen und - die Wohlfahrtseffekte unternehmerischer Verhaltensweisen aufzeigen sowie - Markteintrittsbarrieren und Verdrängungspraktiken aus volkswirtschaftlicher Sicht beurteilen.

Vorkenntnisse

Mikroökonomie

Inhalt

Darstellung der theoretischen Grundlagen zu Konkurrenzprozessen auf Märkten, Markteintrittsbarrieren, Economies of Scale/Scope, Netzeffekten, strategischem Verhalten, räumlichem Wettbewerb, vertikaler Integration, technischem Fortschritt sowie Vermittlung verschiedener Instrumente zur Analyse der Rivalitätsprozesse in der Realität.

Medienformen

Moodle-Kursraum: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=297>; Skript, Materialien

Literatur

Carlton/Perloff, Modern industrial organization, 4. A., Reading 2005 Waldman/Jensen, Industrial organization: theory and practice, 2. A., Reading 2002 Knieps, Wettbewerbsökonomie, 2. A., Berlin 2005

Detailangaben zum Abschluss

Falls es die Corona-Regelungen erfordern, werden die Prüfungen online durchgeführt.

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Bachelor Medienwirtschaft 2011
- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2015
- Master Wirtschaftsinformatik 2018
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Prognoserechnung

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6284 Prüfungsnummer:2500065

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2532

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS				
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S
2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die wichtigsten Prognosetechniken und können diese in Bezug auf ihre Anwendungsmöglichkeiten einordnen. Sie sind in der Lage, die Güte getroffener Vorhersagen anhand objektiver Kriterien zu bewerten.

Die Lehrveranstaltung vermittelt Fach- und Methodenkompetenz vorrangig für Entwicklungs- und Wirkungsprognosen. Die Studierenden sind mit multivariaten Prognoseverfahren so weit vertraut, um entsprechende Modelle verstehen und praktisch anwenden zu können. Sie beherrschen die Zerlegung gegebener Zeitreihen in Komponenten und deren Extrapolation in die Zukunft. Die Studierenden können lineare Modelle an stationäre Zeitreihen anpassen und damit kurzfristige Vorhersagen erstellen.

Vorkenntnisse

Statistik 1 und 2

Inhalt

1. Einführung und Überblick
2. Multivariate Prognoseverfahren
 - Regressionsanalyse
 - Diskriminanzanalyse
 - Entscheidungsbäume
3. Komponentenmodelle
 - Grundmodell und Varianten
 - Schätzung der Komponenten
 - Modellbeurteilung
4. Lineare Zeitreihenmodelle
 - Autoregressive Modelle
 - MA-Modelle
 - ARMA-Modelle
 - ARIMA-Modelle

Medienformen

Interaktives Tafelbild, Overhead-Projektionen, Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/index.php?categoryid=223>

Literatur

- Jeweils in der aktuellen Auflage:
- Bankhofer, U.; Vogel, J.: Datenanalyse und Statistik, Gabler, Wiesbaden
 - Fahrmeir, L.; Hamerle, A.; Tutz, G.: Multivariate statistische Verfahren, de Gruyter, Berlin
 - Hansmann, K.-W.: Kurzlehrbuch Prognoseverfahren, Gabler, Wiesbaden
 - Makridakis, S.; Wheelwright, S.; Hyndman, R.: Forecasting, Wiley, New York
 - Merstens, P.; Rässler, S. (Hrsg.): Prognoserechnung, Physica, Heidelberg
 - Rinne, H.; Specht, K.: Zeitreihen – Statistische Modellierung, Schätzung und Prognose, Vahlen, München
 - Schlittgen, R.: Angewandte Zeitreihenanalyse, Oldenbourg, München, Wien

- Schlittgen, R.; Streitberg, B.: Zeitreihenanalyse, Oldenbourg, München, Wien

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Unternehmensführung 3

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6269 Prüfungsnummer:2500043

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien		Fachgebiet:2525	

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung vermittelt ein tiefgehendes Verständnis zu den Gestaltungsoptionen moderner Organisation. Die Studierenden sind in der Lage, bestimmte Sachverhalte auf der Basis organisationstheoretischer Grundlagen zu analysieren und zu bewerten. Sie können darüber hinaus organisationstheoretische Kenntnisse sowie Gestaltungsoptionen auf konkrete Probleme der Unternehmenspraxis anwenden (Fachkompetenz).

Die Studierenden erlernen in der begleitenden Fallstudienübung das selbständige Einarbeiten in für sie neue Inhalte, wie man offene Fragen formuliert und wie die Präsenzveranstaltung der Übung zielorientiert zur Deckung eigener Wissenslücken und zum Verständnislernen genutzt werden kann (Methodenkompetenz). Darüber hinaus wird durch die Bearbeitung von Fallstudien in Gruppen neben der Methoden- auch die Sozialkompetenz weiterentwickelt.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studienfach.

Inhalt

In der Vorlesung Unternehmensführung 3 wird Organisation als Erfolgsfaktor der Unternehmensführung verstanden. In diesem instrumentellen Begriffsverständnis werden die Gestaltungsfragen moderner Organisation erklärt. Dabei werden organisationstheoretische Grundlagen auf Gestaltungsprobleme der Unternehmenspraxis angewendet.

Aufbauend auf begriffliche und konzeptionelle Grundlagen werden zunächst Organisationstheorien vorgestellt und erläutert. Anschließend wird der in der Vorlesung zugrunde gelegte gestaltungsorientierte Ansatz der Organisation in seinen Begriffen und Vorgehensmodellen behandelt. Das folgende Kapitel „Strategieorientierte Organisation“ umfasst zum einen die Wertschöpfungsarchitektur des Unternehmens und die Gestaltung der Schnittstellen zu seinen Umsystemen. Es folgen Fragen der Corporate Governance und der Leitungsorganisation, bevor unter der Überschrift "Effizienzorientierte Organisation" die klassische Thematik der Prozess- und Aufbauorganisation von Unternehmen behandelt wird. Die Vorlesung schließt mit Fragen der „Innovationsorientierten Organisation“, die das Management organisatorischen Wandels adressiert.

Medienformen

Tafelbild, PowerPoint-Folien, Literaturstudium, e-learning-Plattform moodle
 moodle-Kurs: Unternehmensführung 3 - Organisation

Literatur

Bach, N. et al. (2017): Organisation. Gestaltung wertschöpfungsorientierter Architekturen - Prozesse - Strukturen. 2. Auflage, SpringerGabler 2017
 Schulte-Zurhausen, M. (2013): Organisation, 6. Aufl., München 2013

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
 Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013

Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6262 Prüfungsnummer:2500046

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung vermittelt Kenntnisse zu Strategien und Instrumenten des Marketings in Industrie- bzw. High-Tech-Märkten. Die Studierenden lernen die Besonderheiten organisationalen Beschaffungsverhaltens, die Bedeutung von Technologien und die Komplexität kundenorientierter Lösungen und Leistungssysteme kennen und können daraus Konsequenzen für das Marketing von Industrie- bzw. Technologieunternehmen ableiten. Die Veranstaltung widmet sich zudem der Frage der Vermarktung bzw. Adoption neuer Technologien und Implikationen für das Marketing in High-Tech-Märkten (Fachkompetenz). Es werden Methoden der Marktforschung und Informationsbeschaffung, strategische Orientierungen, Markteintritts- bzw. Marktbearbeitungsstrategien, Marketinginstrumente sowie das Management von Geschäftsbeziehungen, Kooperationen und Allianzen diskutiert. Anhand von Fallstudienübungen werden die methodischen Kompetenzen der Studierenden vertieft.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

- 1 Unternehmen als Kunden
- 2 Beschaffungsverhalten organisationaler Kunden
- 3 Management von Geschäftsbeziehungen
- 4 Produkt- und Leistungs politik
- 5 Preismanagement
- 6 Vertriebsmanagement
- 7 Kommunikationspolitik

Medienformen

Moodle-Kurs: Marketing 4 – Investitionsgüter- und Technologiemarketing (Sommersemester 2021)

Moodle, Powerpoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki

Literatur

- Backhaus, K.; Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing. Grundlagen des Business-to-Business-Marketings. 10. Aufl., München.
- Kleinaltenkamp, M.; Saab, S. (2009): Technischer Vertrieb. Eine praxisorientierte Einführung in das Business-to-Business-Marketing. Berlin.
- Lilien, G. L. (Hrsg.) (2012): Handbook of business-to-business marketing. Cheltenham.
- Mohr, J.; Sengupta, S.; Slater, S. (2005): Marketing of High-Technology Products and Innovations, 2. int. ed., Upper Saddle River: Pearson.
- Schneider, D. (2002): Einführung in das Technologie-Marketing. München.

Detailangaben zum Abschluss

Teilleistung 1 (40 %): Reflection paper zu einem vorgegebenem Thema

Teilleistung 2 (50 %): Bearbeitung einer Fallstudie und Präsentation (Gruppenarbeit)

Teilleistung 3 (10 %): Erarbeitung und Präsentation eines selbstgewählten Anwendungsbeispiels

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Produktions- und Logistikmanagement 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung mündlich 30 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 6264 Prüfungsnummer: 2500050

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 86	SWS: 3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien		Fachgebiet: 2522	

SWS nach	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
semester				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden besitzen detaillierte Kenntnisse zu Fragestellungen kreislaufgerechter Produktion und Innovation, wie sie im Rahmen des Forschungsfelds Kreislaufmanagement (Closed Loop Management bzw. Reverse Logistics) behandelt werden. Sie haben Grundlagen des Kreislaufmanagements (Konzept des Sustainable Development, gesetzliche Rahmenbedingungen) sowie strukturelle und konzeptionelle Besonderheiten des Kreislaufmanagements in Industriebetrieben (Kreislaufmodelle, Recyclingoptionen, kreislaufgerechte Produktinnovationen etc.) erlernt. Sie können zudem spezielle Teilprobleme der Reverse Logistics (Demontageplanung, Sortierungsanalyse, abgestimmte Tourenplanung auf Hin- und Rückweg, Bestandsmanagement in Mehrwegsystemen) analysieren und kennen produktionswirtschaftliche und logistische Modelle und Verfahren zu deren Lösung. Überdies erlangen die Studierenden die Fähigkeit, die in der Vorlesung behandelten Aspekte anhand kleiner Übungsaufgaben (meist alte Klausuraufgaben) und umfassender Fallstudien selbständig anzuwenden.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit bwl. Grundkenntnissen

Inhalt

0. Einführung und organisatorische Hinweise
- Teil A: Grundlagen und Konzepte des Kreislaufmanagements
 1. Sustainable Management und Kreislaufwirtschaft
 2. Kreislaufsysteme und Recyclingformen
 - Fallstudie DSD: Duales System zum Recycling von Verkaufsverpackungen
 - Fallstudie HP: Rückführsysteme für Drucker
 3. Kreislaufgerechte Produktkonzepte und -innovationen
 - Fallstudie Kärcher: Vermeidungsorientierte Nutzung von Reinigungsgeräten (wird in der Übung behandelt)
- Teil B: Ausgewählte Planungsgegenstände des Kreislaufmanagements
 4. Demontage von Altprodukten
 5. Sortierung von Verpackungsabfallgemischen
 6. Bestandsmanagement in Mehrwegbehältersystemen
 - Fallstudie Brauerei: Bestandsmanagement im Behälterkreislauf
 7. Tourenplanung in abgestimmten Distributions-/Redistributions-Systemen
 8. Standortentscheidungen in Recovery Network

Medienformen

Moodle-Kurs: Produktions- und Logistikmanagement 2 (Sommersemester 2021)
 begleitendes Skript, ergänzendes Material (zum Download auf Moodle eingestellt)

Literatur

Lehrmaterial: Skript (PDF-Dateien) auf Homepage und in Copy-Shop verfügbar. Zu den einzelnen Kapiteln wird stets eine Kernliteratur angegeben. Die Veranstaltung basiert dabei auf verschiedenen Literaturbeiträgen; eine komplette Abdeckung durch ein oder einige wenige Lehrbücher ist wegen der Neuartigkeit der Thematik nicht möglich. Einen guten Überblick über verschiedene Fragestellungen des Kreislaufmanagements liefern u.a. folgende Bücher:

- Dyckhoff, H./Lackes, R./Reese, J.: Supply Chain Management and Reverse Logistics, Berlin et al. 2004.
- Dekker, R./Fleischmann, M./Inderfurth, K./Van Wassenhove, L.N.: Reverse Logistics, Berlin et al. 2004.
- Kirchgeorg, M.: Marktstrategisches Kreislaufmanagement, Wiesbaden 1999.

- Souren, R.: Konsumgüterverpackungen in der Kreislaufwirtschaft, Wiesbaden 2002.
- Die beiden letzten alten Klausuren stehen auf der Homepage zum Download bereit.

Detailangaben zum Abschluss

Form der Abschlussleistung im Sommersemester 2021: Schriftliche Prüfungsleistung (90 Minuten)

Alternative Form: Take Home Exam (Aufsatz), insofern coronabedingt eine sPL nicht möglich ist.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Regenerative Energietechnik 2016
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Quantitative Unternehmensplanung 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6288 Prüfungsnummer:2500066

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2532

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Planung- und Entscheidungsprobleme zu analysieren und entsprechende Methoden zur Problemlösung richtig einzusetzen. Sie können die Analyseergebnisse bewerten und im Hinblick auf die zugrundeliegende Problemstellung interpretieren. Mit der Vorlesung und der Übung werden Fach- und Methodenkompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Ganzzahlige Optimierung 1.1 Branch-and-Bound-Prinzip 1.2 Betriebswirtschaftliche Anwendungen 2. Parametrische Optimierung 3. Nichtlineare Optimierung 3.1 Grundlagen der konvexen Optimierung 3.2 Quadratische Optimierung 3.3 Approximative Lösungsverfahren (Gradientenverfahren) 3.4 Betriebswirtschaftliche Anwendungen 4. Projektplanung 4.1 Vertiefung Graphentheorie 4.2 CPM 4.3 PERT 4.4 GERT- und STEO-Netze 4.5 Kostenplanung 4.6 Kapazitätsplanung 5. Lagerhaltungsmodelle

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien, Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/index.php?categoryid=223>

Literatur

Domschke, W. et al.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations-Research, Springer. Domschke, W.; Drexl, A.: Einführung in Operations Research, Springer. Kasana, H.S.; Kumar, K.D.: Introductory Operations Research: Theory and Applications, Springer, Berlin. Neumann, K.; Morlock, M.: Operations Research, Hanser, München. Zimmermann, H.-J.: Operations Research, Vieweg, Wiesbaden. Zimmermann, W.; Stache, U.: Operations Research: Quantitative Methoden zur Entscheidungsvorbereitung, Oldenbourg, München.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Medienwirtschaft 2014
 Master Medienwirtschaft 2015
 Master Medienwirtschaft 2018
 Master Wirtschaftsinformatik 2014
 Master Wirtschaftsinformatik 2015
 Master Wirtschaftsinformatik 2018
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Simulation 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 9183 Prüfungsnummer:2500148

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Steffen Straßburger

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2531							
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
Fach-	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
semester		2 1 0								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, Simulationsstudien eigenständig und innerhalb von Projektteams durchzuführen. Die Studierenden kennen verschiedene grundlegende Modellierungs- und Simulationsansätze und Abläufe von Simulationsstudien.

Die Studierenden haben eine besondere Methodenkompetenz im Bereich der diskreten, ereignisorientierten Modellierung und im Umgang mit einem ausgewählten Werkzeug dieser Methodenklasse. Sie sind in der Lage, Simulationsmodelle eigenständig zu erstellen, Eingangsdaten aufzubereiten, die Modelle zu validieren, Simulationsexperimente zu planen und durchzuführen und Ergebnisdaten auszuwerten.

Innerhalb von Übungen festigen Studierende ihre Sozialkompetenz innerhalb von Gruppenarbeiten.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss, fundierte Kenntnisse der Mathematik und Statistik

Inhalt

- Grundlagen der Modellierung und Simulation
- Diskrete-ereignisorientierte Simulation
- Gewinnung und statistische Aufbereitung von Eingangsdaten
- Zufallsvariablen, Zufallszahlenerzeugung
- Analyse und Aufbereitung von Ergebnisdaten
- Phasen einer Simulationsstudie
- Experimentdesign
- Verifikation und Validierung
- Simulation mit Anylogic
- Hybride Simulation

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien, Moodle-Kurs: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=1352>

Literatur

- Banks, J., Carson, J., Nelson, B., Nicol, D. Discrete-Event System Simulation. Prentice-Hall 2000. ISBN 0130887021.
- Law, A.: Simulation Modeling & Analysis (Fourth Edition). McGraw-Hill, 2007.
- Borshchev, A.: The Big Book of Simulation Modeling: Multimethod Modeling with AnyLogic 6. Anylogic North America, 2014.
- Weitere Literatur wird auf der Homepage des Fachgebietes bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Steuerung von Produktionssystemen

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6237 Prüfungsnummer:2500094

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Steffen Straßburger

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2531

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die Aufgaben und Ziele der Fertigungssteuerung.
 Die Studierenden sind in der Lage, die klassischen Verfahren der Fertigungssteuerung auf praktische Problemstellungen anzuwenden.
 Die Studierenden können die Verfahren zur Ablaufplanung hinsichtlich Grundprinzipien und Optimalität bewerten.
 Die Studierenden sind fähig, Verfahren der Computational Intelligence auf das Fertigungssteuerungsproblem anwenden.
 Die Studierenden kennen den aktuellen Stand und die Entwicklungstendenzen von Leitstands- bzw. MES-Systemen.
 Die Studierenden kennen Aufgaben und Bedeutung der Betriebsdatenerfassung im Regelkreis der Fertigungssteuerung.
 Die Studierenden sind in der Lage, ein Steuerungssystem für ein konkretes Fertigungssystem zu entwerfen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

- Grundbegriffe, Gegenstand und Aufgaben
- Fertigungssteuerungsprinzipien
- Zielfunktionen, Dilemma der Ablaufplanung
- Modellierung von Ablaufproblemen
- Verfahren zur Ablaufplanung
- Moderne Methoden der Fertigungssteuerung
- Leitstand- / MES-Systeme
- BDE-Systeme

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien

Literatur

- Adam, D.: Fertigungssteuerung I und II. Gabler, Wiesbaden, Schriften zur Unternehmensführung, Band 38/39, 1992.
- Kurbel, K.: Produktionsplanung und -steuerung im Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management. Oldenbourg Verlag, München, 2005.
- Zell, M. Simulationsgestützte Fertigungssteuerung. Oldenbourg Verlag, München, 1992.
- Domschke, W.; Scholl, A.; Voß, St.: Produktionsplanung - Ablauforganisatorische Aspekte. Springer Verlag, Berlin, 1997.
- Brucker, P.: Scheduling Algorithms. Springer Verlag, Berlin, 2004.
- Pinedo, M.: Planning and Scheduling in Manufacturing and Services. Springer Verlag, Berlin, 2005.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Hauptseminar (Supply Chain Management)

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Pflichtmodul Turnus:ganzjährig

Fachnummer: 6498 Prüfungsnummer:2500126

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Steffen Straßburger

Leistungspunkte: 6 Workload (h):180 Anteil Selbststudium (h):158 SWS:2.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2531

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							0	2	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, sich wissenschaftlich in einen Themenbereich selbständig einzuarbeiten und die Ergebnisse zu bewerten. Sie können die behandelte Thematik im Rahmen eines freien wissenschaftlichen Vortrags präsentieren und die wesentlichen Erkenntnisse zusammenfassen und darstellen. Mit dem Hauptseminar werden Fach-, Methoden- und Präsentationskompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Lehrveranstaltungen zum gewählten Seminarschwerpunkt

Inhalt

Die Studierenden belegen ein Hauptseminar aus einem der in der wahlobligatorischen Vertiefung vertretenen Lehrgebiete. Die konkreten aktuellen Themenangebote werden von den Fachgebieten semesterweise festgelegt.

Medienformen

- Literaturstudium - schriftliche Seminararbeit - mündliche Präsentation wichtiger Inhalte der Seminararbeit - Diskussion mit den anderen Hauptseminarteilnehmern und den Dozenten

Literatur

Abhängig vom jeweiligem Seminarschwerpunkt und Seminararbeitsthema. Einstiegsliteratur vom jeweiligem Betreuer als Grundlage eigener Literatursuche.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Informationsverarbeitung in der Logistik

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 6307 Prüfungsnummer: 2500064

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Volker Nissen

Leistungspunkte: 4 Workload (h): 120 Anteil Selbststudium (h): 86 SWS: 3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2534

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
							2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Vorlesung vermittelt die Einflüsse moderner IV Systeme auf die Logistik eines Unternehmens und Logistikdienstleister. Studierende sollen: Die Bedeutung der Logistik in einem Unternehmen kennen Den Einfluss der IV auf die Logistik und Logistikdienstleistungen verstehen Die veränderte Rolle der Logistikdienstleister einschätzen können Transport- und Routenplanungsprobleme lösen können

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

Logistikgrundlagen eProcurement, Supplier Relationship Management eFullfilment und Logistikmarktplätze Customer Relationship Management Logistiknetzwerke und Supply Chain Management Identifikationssysteme und Supply Chain Event Management Logistik-Outsourcing Telematik SCOR Prozessreferenzmodell der Logistik SCM-Standardsoftware Transport und Routenplanungsprobleme Hybride Leistungserstellung, Mass Customization Simulation logistischer Problemstellungen

Medienformen

Tafelbild
 PowerPoint-Folien <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/info.php?id=733>
 Literaturstudium

Literatur

- Heiserich, O.-E. et al.: Logistik: eine praxisorientierte Einführung, akt. Aufl., Gabler
- Weber, J.; Baumgarten, H. (Hrsg.): Handbuch Logistik - Management von Material- und Warenflussprozessen. Schäffer-Poeschel, 1999.
- Reindl, M; Oberniedermaier, G: eLogistics – Logistiksysteme und –prozesse im Internetzeitalter. Addison-Wesley, 2002. Pfohl, H.C.: Logistiksysteme, Springer (aktuelle Auflage)
- Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management, London u.a.: Financial Times Pitman (aktuelle Aufl.)

Detailangaben zum Abschluss

Im Rahmen der Übung können max. 5 Bonuspunkte erreicht werden. Die entsprechenden Details werden zu Beginn der Vorlesung und auf der Webseite bekannt gegeben.
 Corona bedingt sind nach Ermessen des Modulverantwortlichen unter Berücksichtigung der dann gegebenen Situation auch Take Home Exam oder Prüfungen im Online-Format möglich.

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2015
- Master Wirtschaftsinformatik 2018
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Modul: Internationales Management(BWL-Profil 4: 5 aus 10)

Modulnummer: 6505

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden verstehen die Grundzüge des internationalen Handels und die wirtschaftlichen Interaktionen der Wirtschaftssubjekte sowohl aus einzelwirtschaftlich-strategischer als auch aus gesamtwirtschaftlich-ökonomischer Sicht. Sie verfügen über Kenntnisse über die rechtlichen Grundlagen im internationalen Handel sowie fortgeschrittene Kenntnisse der im internationalen Geschäftsprozess relevanten betriebswirtschaftlichen Gebiete Unternehmensführung und Marketing.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Grundlagen der VWL und BWL

Detailangaben zum Abschluss

Competition, Strategy, and Institution

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 100766 Prüfungsnummer: 2500183

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 86	SWS: 3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2541

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Strategic business behavior on competitive markets lies at the heart of any market economic system. This course aims at a deep understanding of competitive interaction in realistic market environments (oligopolies; presence of competition rules and regulatory institutional frameworks) as a precondition for analyzing the pros and cons of different business strategies from a social perspective. This framework is subsequently used to analyse and understand strategic business behaviour in complex (interactive) market environments, both in terms of applied theory and in terms of actual case studies. The purpose of this subject is to render the students capable of mastering the modern economics of competition, strategy, and institutions. It explicitly focuses on: (i) imparting knowledge about (a) the modern, state-of-the-art economics of competition, (b) the modern, state-of-the-art economics of strategy, (c) the modern, state-of-the-art economics of institutions, and (d) the interface between these three areas, (ii) enhancing skills in assessing theoretical and empirical problems in competition, strategy, and institutions on a high academic level, and (iii) qualifying students to master the scientific analysis of competition, strategy and institutions by applying advanced theories, concepts, tools and methods as well as to understand strategic business behavior in complex (interactive) market environments.

Vorkenntnisse

Microeconomics

Inhalt

1. Introduction
2. The Economic Theory of Competition, Strategy, and Institutions
3. Unilateral Strategies with Strategic Interdependency
 - 3.1 Predatory Pricing Strategies
 - 3.2 Advertising and Brands
 - 3.3 Bundling & Tying, Exclusive Dealing and Boycotts
 - 3.4 Raising Rivals' Costs
 - 3.5 European Competition Policy Framework
4. Mergers and Acquisitions
 - 4.1 General Notes
 - 4.2 Analyzing Mergers - European Competition Policy
5. Cartels, Cooperation, Alliances and Networks
 - 5.1 Types and Effects of Enterprise Cooperation
 - 5.2 The Problem of Stability
 - 5.3 Detection of cartels
 - 5.4 European Competition Policy Framework
6. The Global Dimension
 - 6.1 Market Concentration Worldwide
 - 6.2 International Antitrust Institutions

Medienformen

PowerPoint-Animation; Gruppenarbeit; Fallstudien; Projektarbeit; Übungsaufgaben

Literatur

- Bishop, Simon & Walker, Mike, The Economics of EC Competition Law, aktuelle Auflage, London: Sweet & Maxwell.
- Motta, Massimo, Competition Policy: Theory and Practice, aktuelle Auflage, Cambridge: Cambridge University

Press.

- Kerber, Wolfgang & Schwalbe, Ulrich, Economic Principles of Competition Law, in: F. J. Säcker et al. (eds), Competition Law: European Community Practice and Procedure, London: Sweet & Maxwell 2008, pp. 202-393.
- Schwalbe, Ulrich & Zimmer, Daniel, Law and Economics in European Merger Control, aktuelle Auflage, Oxford: Oxford University Press.
- Kerber, Wolfgang, Wettbewerbspolitik, Vahlens Kompendium, Bd. 2, aktuelle Auflage, München: Vahlen.
- Bagwell, K., The Economic Analysis of Advertising, in: Handbook of Industrial Organization, Vol. 3, Amsterdam: Elsevier 2007, 1703-1844.
- Budzinski, O., Impact Evaluation of Merger Control Decisions, in: European Competition Journal 9 (1), 2013, 199-224.
- Budzinski, O., International Antitrust Institutions, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), The Oxford Handbook of International Antitrust Economics, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 119-146.
- Choi, J.P. & Gerlach, H., Cartels and Collusion: Economic Theory and Experimental Economics, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), The Oxford Handbook of International Antitrust Economics, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 415-441;
- Levenstein, M.C. & Suslow, V.Y., Cartels and Collusion: Empirical Evidence, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), The Oxford Handbook of International Antitrust Economics, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 442-463.
- Elzinga, K.G. & Mills, D.E., Predatory Pricing, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), The Oxford Handbook of International Antitrust Economics, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 40-61.
- Jayaratne, J. & Ordober, J., Coordinated Effects, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), The Oxford Handbook of International Antitrust Economics, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 509-528.
- Keating, B. & Willig, R.D., Unilateral Effects, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), The Oxford Handbook of International Antitrust Economics, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 466-508.
- Salinger, M.A., Vertical Mergers, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), The Oxford Handbook of International Antitrust Economics, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 551-586.
- Salop, S.C. & Scheffman, D.T., Raising Rivals' Costs, in: The American Economic Review 73 (2), 1983, 267-271;
- Scheffman, D.T. & Higgins, R.S., Twenty Years of Raising Rivals' Costs: History, Assessment, and Future, in: George Mason Law Review 12 (2), 2013, 371-387.
- Tirole, J., The Analysis of Tying Cases: A Primer, in: Competition Policy International 1 (1), 2005, 1-25.
- White, L.J., Monopoly and Dominant Firms: Antitrust Economics and Policy Approaches, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), The Oxford Handbook of International Antitrust Economics, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 313-344.

Detailangaben zum Abschluss

You can find all information about the course here:

<https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=388>

Essays are written in form of open book examination, i.e. all available materials may be used

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Europarecht

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6515 Prüfungsnummer:2500069

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2562							
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
Fach-	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
semester		2 1 0								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden werden befähigt, die Grundlagen des Europarechts zu verstehen (begriffliches Wissen). Dabei lernen sie die Entwicklung der Europäischen Union und ihre Organe kennen (begriffliches Wissen). Ferner lernen die Studierenden die Rechtsquellen des Gemeinschaftsrechts sowie das Verhältnis des Gemeinschaftsrechts zum nationalen Recht der Mitgliedsstaaten anzuwenden (begriffliches Wissen). Darüber hinaus erlernen bzw. werden die Studierenden mit den Grundzügen des Grundrechtsschutzes in der Europäischen Union (verfahrensorientiertes Wissen) und den Grundfreiheiten des EGV (Faktenwissen) sowie dem Rechtsschutz vor dem EuGH (Faktenwissen) vertraut gemacht.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Einleitung
2. Grundlagen des Europarechts
3. Entwicklung der Europäischen Integration
4. Gegenwärtig aktuelle Fragen
5. Verhältnis der EU zu den Mitgliedstaaten
6. Die Organe der EU
7. Rechtsquellen des Unionsrechts
8. Rechtsschutz vor dem EuGH
9. Die Grundfreiheiten des AEUV
10. Weitere Politikbereiche der Union

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien

Literatur

Lehrbücher

Oppermann, Thomas/ Classen, Claus-Dieter/ Nettesheim, Martin: Europarecht, aktuellste Auflage

Herdegen, Matthias: Europarecht, Grundrisse des Rechts, aktuellste Auflage

Streinz, Rudolf: Europarecht, aktuellste Auflage

Arndt, Hans-Wolfgang/ Fischer, Kristian: Europarecht, aktuellste Auflage

Schweitzer, Michael: Staatsrecht III. Staatsrecht, Völkerrecht, Europarecht, aktuellste Auflage

Kommentare

Geiger, Rudolf/ Khan, Daniel-Erasmus/ Kotzur, Markus: Vertrag über die europäische Union und

Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union, Kommentar, aktuellste Auflage

Schwarze, Jürgen: EU-Kommentar, aktuellste Auflage

Fallsammlungen

Thiele, Alexander: Standardfälle Europarecht, aktuellste Auflage

Detterbeck, Steffen: Staatsrecht, Verwaltungsrecht, Europarecht mit Übungsfällen, aktuellste Auflage

Zeitschriften

NJW (Neue Juristische Wochenzeitung)

JZ (Juristenzeitung)

EuR (Europarecht)

EUZ (Zeitschrift für Europarecht)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Biomedizinische Technik 2013
Bachelor Biomedizinische Technik 2014
Bachelor Elektrotechnik und Informationstechnik 2013
Bachelor Fahrzeugtechnik 2013
Bachelor Informatik 2013
Bachelor Ingenieurinformatik 2013
Bachelor Maschinenbau 2013
Bachelor Mathematik 2013
Bachelor Mechatronik 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Optische Systemtechnik/Optronik 2013
Bachelor Technische Kybernetik und Systemtheorie 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Diplom Maschinenbau 2017
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Biotechnische Chemie 2016
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Technische Kybernetik und Systemtheorie 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Internationale Wirtschaft

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6216 Prüfungsnummer:2500067

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2542

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen: - Art, Umfang, Richtung und Entwicklung der internationalen Handelsströme, - Gründe und Effekte des internationalen Handels in der Theorie, - Begründungen, Instrumente und Wirkungen von Protektionismus, - Institutionen und Instrumente der europäischen und internationalen Handelsordnungen, - Anpassungsprozesse bei flexiblen und festen Wechselkursen, - Institutionen und Instrumente der europäischen Währungsunion. Die Studierenden können: - reale Handelsströme an Hand der ökonomischen Theorien erklären und prognostizieren, - Wirkungen von Zöllen, Kontingenten und nicht tarifären sowie von sonstigen Handelshemmnissen darstellen und beurteilen, - die europäische Wirtschaftsordnung darstellen, - Wirkungen des europäischen Binnenmarktes im Innen- und Außenverhältnis darstellen, - zentrale Wechselkursregime mit ihren nationalen und internationalen Zusammenhängen darstellen und beurteilen, - die Europäische Währungsunion mit deren Zugangsvoraussetzungen, Institutionen und Instrumenten in Theorie und Praxis darstellen und beurteilen.

Vorkenntnisse

BA Abschluß

Inhalt

Darstellung der realen Strukturen der Wirtschaft auf internationaler Ebene, der klassischen Theorien des internationalen Handels, der modernen realen Außenhandelstheorie, der Erscheinungsformen, Ursachen und Instrumente des Protektionismus, der Handelsordnungen auf europäischer und internationaler Ebene, der theoretischen Wechselkurssysteme, der europäischen und der internationalen Währungsordnung.

Medienformen

Moodle-Kursraum: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=301>; Skript, Materialien

Literatur

Krugman, P.R./Obstfeldt, M., (2006), Internationale Wirtschaft, Theorie und Praxis der Außenwirtschaft, 7.A., München; Europäische Zentralbank, Die Europäische Zentralbank, Frankfurt, April 2006; Deutsche Bundesbank, Weltweite Organisationen und Gremien im Bereich von Währung und Wirtschaft, Frankfurt, April 2006; Weindl, J., (1999) Europäische Gemeinschaft, 4. A., München.

Detailangaben zum Abschluss

Falls es die Corona-Regelungen erfordern, werden die Prüfungen online durchgeführt.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Medienwirtschaft 2014
 Master Medienwirtschaft 2015
 Master Medienwirtschaft 2018
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6262 Prüfungsnummer:2500046

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung vermittelt Kenntnisse zu Strategien und Instrumenten des Marketings in Industrie- bzw. High-Tech-Märkten. Die Studierenden lernen die Besonderheiten organisationalen Beschaffungsverhaltens, die Bedeutung von Technologien und die Komplexität kundenorientierter Lösungen und Leistungssysteme kennen und können daraus Konsequenzen für das Marketing von Industrie- bzw. Technologieunternehmen ableiten. Die Veranstaltung widmet sich zudem der Frage der Vermarktung bzw. Adoption neuer Technologien und Implikationen für das Marketing in High-Tech-Märkten (Fachkompetenz). Es werden Methoden der Marktforschung und Informationsbeschaffung, strategische Orientierungen, Markteintritts- bzw. Marktbearbeitungsstrategien, Marketinginstrumente sowie das Management von Geschäftsbeziehungen, Kooperationen und Allianzen diskutiert. Anhand von Fallstudienübungen werden die methodischen Kompetenzen der Studierenden vertieft.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

- 1 Unternehmen als Kunden
- 2 Beschaffungsverhalten organisationaler Kunden
- 3 Management von Geschäftsbeziehungen
- 4 Produkt- und Leistungs politik
- 5 Preismanagement
- 6 Vertriebsmanagement
- 7 Kommunikations politik

Medienformen

Moodle-Kurs: Marketing 4 – Investitionsgüter- und Technologiemarketing (Sommersemester 2021)

Moodle, Powerpoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki

Literatur

- Backhaus, K.; Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing. Grundlagen des Business-to-Business-Marketings. 10. Aufl., München.
- Kleinaltenkamp, M.; Saab, S. (2009): Technischer Vertrieb. Eine praxisorientierte Einführung in das Business-to-Business-Marketing. Berlin.
- Lilien, G. L. (Hrsg.) (2012): Handbook of business-to-business marketing. Cheltenham.
- Mohr, J.; Sengupta, S.; Slater, S. (2005): Marketing of High-Technology Products and Innovations, 2. int. ed., Upper Saddle River: Pearson.
- Schneider, D. (2002): Einführung in das Technologie-Marketing. München.

Detailangaben zum Abschluss

Teilleistung 1 (40 %): Reflection paper zu einem vorgegebenem Thema

Teilleistung 2 (50 %): Bearbeitung einer Fallstudie und Präsentation (Gruppenarbeit)

Teilleistung 3 (10 %): Erarbeitung und Präsentation eines selbstgewählten Anwendungsbeispiels

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 5 / 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Englisch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6263 Prüfungsnummer:2500047

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

This course aims at providing extended knowledge on characteristics of services, service production and delivery and services marketing management in various markets, including industrial markets, online markets and the public service sector. The course focuses on defining a service concept, deriving implications for the management of customer interactions, service encounters and service processes. Also, students gain a deeper understanding of service experiences and service quality, related measurements and management instruments to create and sustain valuable service experiences and high-quality services. In this vein, the course provides fundamentals of service innovation and service engineering. Exploring specific attributes of the marketing mix for services, students' ability to apply marketing instruments to different categories of services is enhanced. Lectures and exercises are held in English. Exercises comprise case studies on different strategic and tactical marketing decisions in service markets.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Introduction to Services Marketing
2. Fundamentals of Services Marketing
3. Strategies in Services Marketing
4. The Services Marketing Mix (I): Creating Service Products
5. The Services Marketing Mix (II): Performing Services
6. Service Marketing Research
7. Marketing Services Across Cultures

Medienformen

Moodle course: Marketing 5/1 – Services Marketing (Summer term 2021)

Moodle, PowerPoint, lecture notes, additional digital resources, Online-Wiki

Literatur

- Hoffmann, K. D.; Bateson, J. E. G.; Wood, E. H. (2009): Services Marketing. Concepts, Strategies and Cases, Andover: Cengage Learning;
- Lovelock, C.; Wirtz, J. (2018): Services Marketing, 8. int. ed., Boston: Pearson;
- McDonald. M.; Payne, S.; Frow, P. (2011): Marketing Plans for Services: A Complete Guide. Chichester: Wiley;
- Zeithaml, V. A.; Bitner, M. J.; Gremler, D. D. (2017): Services Marketing. 7. int. ed., London: McGraw Hill.

Detailangaben zum Abschluss

Assignment 1 (40 %): Reflection paper about current developments in services marketing

Assignment 2 (40 %): Case study - analysis and oral presentation (group work)

Assignment 3 (20 %): Contributions to a Service Marketing Wiki on Moodle

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Medientechnologie 2017
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Unternehmensführung 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6265 Prüfungsnummer:2500041

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2525

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Durch die Vorlesung Unternehmensführung 4 "Motivation und Leadership" verstehen die Studierenden, wie Führungskräfte das Leistungsverhalten der Mitarbeiter eines Unternehmens beeinflussen können. Die Studierenden erwerben Fachkompetenzen zu klassischen Motivations- und Führungstheorien sowie zu neueren Ansätzen der Führungslehre, wie dem dem Management von Teams und Shared Leadership. Im Rahmen der begleitenden Fallstudienübung analysieren die Studierenden in Gruppenarbeit Fallbeispiele basierend auf den in der Vorlesung vermittelten theoretischen Grundlagen und wenden das Erlernete praktisch an (Methodenkompetenz, Sozialkompetenz).

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

Ausgangspunkt aller Überlegungen sind das dem Führungsverhalten zugrunde gelegte Menschenbild, das eine Führungskraft von ihren Mitarbeitern hat. Anschließend werden Grundbegriffe der Motivation sowie grundlegende Inhalts- und Prozesstheorien behandelt. Darauf aufbauend werden aus den klassischen Führungstheorien ausgewählte Ansätze in ihrer jeweiligen Fokussierung auf die Eigenschaften der Führungskraft, die Führungssituation und die Führungsbeziehung erläutert. Anschließend werden ausgewählte Theorien der Führung von Gruppen und Teams besprochen und als oberste Aggregationsebene die mikropolitische Sichtweise von Unternehmen und multilaterale Beeinflussungsprozesse diskutiert. Abschließend werden neuere Ansätze der Leadershipforschung, wie z.B. Shared Leadership und Leadership Agility, behandelt.

Medienformen

Lernplattform Moodle, PowerPoint-Folien
 moodle-Kurs: Unternehmensführung 4 - Motivation und Leadership

Literatur

- Bass, B.M. (1985): Leadership and Performance beyond Expectations
- Bass, B.M. (1990): Bass & Stogdill's Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications, 3. Aufl.
- Lieber, Bernd (2011): Personalführung, 2. Aufl.
- Peters, T. (2015): Leadership. Traditionelle und moderne Konzepte
- Stock-Homburg, R. (2013): Personalmanagement, 3. Aufl.
- The SAGE Handbook of Leadership, 2011

Detailangaben zum Abschluss

Ausarbeitung von Fallstudien (50%), schriftliche Ausarbeitung zu Diskussionsfragen (50%)

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013
- Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Internationales Management(BWL-Profil 4: 5 aus 10)

TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU**Arbeitsrecht**

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6396

Prüfungsnummer:2500052

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Joachim Weyand

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2561																					
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS														
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester				2	1	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden erkennen die Funktion des Arbeitsrechts in der Wirtschaftsordnung. Sie verfügen über solide Kenntnisse im Individualarbeitsrecht, wissen arbeitsvertragliche Regelungen einzuordnen und diese kritisch zu bewerten. Die erworbenen Kenntnisse wissen sie insbesondere im Hinblick auf Abschluss, Durchführung und Beendigung des Arbeitsvertrages anzuwenden. Sie sind weiterhin in der Lage, die Strukturen und die Wirkungsweise des Kollektivarbeitsrechts (Tarifrecht, Betriebsverfassungsrecht, Mitbestimmung auf Unternehmensebene) zu erkennen und seine Bedeutung für das Arbeitsverhältnis einzuordnen. Sie verfügen insoweit über Grundkenntnisse im Tarifrecht und in der betrieblichen Mitbestimmung.

Vorkenntnisse

Kenntnisse aus der Vorlesungsreihe Zivilrecht

Inhalt

- I. Aufgaben und Entwicklung des Arbeitsrechts
- II. Rechtsquellen/Gestaltungsfaktoren
- III. Anbahnung, Abschluss und Inhalt des Arbeitsvertrages
- IV. Beendigung des Arbeitsvertrages
- V. Tarifvertrag und Arbeitskampf
- VI. Betriebsverfassungsrecht
- VII. Arbeitsgerichtsverfahren

Medienformen

interaktives Tafelbild, Power-Point-Folien

Literatur

Arbeitsgesetze, 86. Aufl. 2015, dtv (Deutscher Taschenbuchverlag)
 Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, 19. Aufl. München 2014 (Verlag C. H. Beck)
 Wörten/Kokemoor, Arbeitsrecht, Lernbuch - Strukturen - Übersichten, 11. Aufl. München 2013 (Verlag Vahlen)
 Weyand, Arbeitsrecht. Eine Einführung, Erfurt 2014 (Millennium Verlag)

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015
- Master Medienwirtschaft 2018
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Hauptseminar (Internationales Management)

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Pflichtmodul Turnus:ganzjährig

Fachnummer: 6510 Prüfungsnummer:2500127

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 6 Workload (h):180 Anteil Selbststudium (h):158 SWS:2.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2542

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							0	2	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, sich wissenschaftlich in einen Themenbereich selbständig einzuarbeiten und die Ergebnisse zu bewerten. Sie können die behandelte Thematik im Rahmen eines freien wissenschaftlichen Vortrags präsentieren und die wesentlichen Erkenntnisse zusammenfassen und darstellen. Mit dem Hauptseminar werden Fach-, Methoden- und Präsentationskompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Lehrveranstaltungen zum gewählten Seminarschwerpunkt

Inhalt

Die Studierenden belegen ein Hauptseminar aus einem der in der wahlobligatorischen Vertiefung vertretenen Lehrgebiete. Die konkreten aktuellen Themenangebote werden von den Fachgebieten semesterweise festgelegt.

Medienformen

- Literaturstudium - schriftliche Seminararbeit - mündliche Präsentation wichtiger Inhalte der Seminararbeit - Diskussion mit den anderen Hauptseminarteilnehmern und den Dozenten

Literatur

Abhängig vom jeweiligem Seminarschwerpunkt und Seminararbeitsthema. Einstiegsliteratur vom jeweiligem Betreuer als Grundlage eigener Literatursuche.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Internationale Rechnungslegung

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6252 Prüfungsnummer:2500053

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2521

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
							2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Studenten sind in der Lage, einzelne Bilanzierungsprobleme IFRS-konform zu lösen und IFRS-Jahresabschlüsse in Grundzügen zu erstellen.

Vorkenntnisse

5298 Externes Rechnungswesen

Inhalt

Das Fach vertieft Grundlagen der Internationalen Rechnungslegung nach International Financial Reporting Standards (IFRS). Es vermittelt einen Überblick über die unterschiedliche Systematik und Genese der IFRS sowie Instrumente eines IFRS-Abschlusses. Schwerpunktmäßig werden detaillierte Ansatz- und Bewertungsvorschriften für Sachanlage- und Immaterielle Vermögensgegenstände, Impairment, die Bewertung von Vorräten und Fertigungsaufträgen, das Umsatzrealisationskonzept, die Abbildung latenter Steuern und von Erfolgsunsicherheit behandelt. Daneben werden Konzepte zum Enforcement in Deutschland überblicksartig vorgestellt.

Medienformen

Powerpoint-Presentation, Fallstudien, Übungsskript

Literatur

Pellens/Füllbier/Gassen/Sellhorn: Internationale Rechnungslegung. 8. Aufl. Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 2011.

Detailangaben zum Abschluss

schriftlich

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 5 / 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6508 Prüfungsnummer:2500068

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Kerstin Pezoldt

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
							2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über theoretische Erklärungsansätze und Forschungsmethoden zur Lösung von Marketingproblemen von Medienunternehmen, welche vorrangig in dichotomen Absatzmärkten tätig sind und sich im digitalen Transformationsprozess befinden (Methodenkompetenz). Sie werden befähigt, Medienmärkte zu analysieren, theoretisch zu erklären und konzeptionelle Vorschläge für unternehmerische Marketingentscheidungen zu entwickeln. Sie sind in der Lage, strategische und taktische Entscheidungsprozess zu planen, zu prognostizieren, zu steuern und zu kontrollieren (Fachkompetenz). Sie erwerben Kompetenzen zur eigenständigen Anwendung von Forschungsmethoden bei der Analyse der Makro-, Mikro- und Unternehmensumwelt von digitalen Medienunternehmen und deren Ergebnisinterpretation sowie zur eigenständigen Entwicklung und Ausgestaltung einer Marketingkonzeption, die strategische und taktische Implikationen für die marktorientierte Unternehmensführung umfasst. Die Studierenden sind in der Lage, die Auswirkungen kurz-, mittel- und langfristiger Handlungsempfehlungen für Medienunternehmen zu erfassen und können deren Konsequenzen für gegebene Fragestellungen beurteilen (Methodenkompetenz). Sie lösen, präsentieren, diskutieren und bewerten Fallstudien in kleinen Gruppen (Sozialkompetenz).

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss (Marketing 1 und Marketing 2)

Inhalt

Vorlesungsschwerpunkte:

1. Grundlagen des Medien- und Onlinemarketing
2. Medienmärkte
3. Theorien im Medien- und Onlinemarketing
4. Strategische Umweltanalyse und Marketingplanung
5. Grundlagen des Onlinemarketing
6. Leistungspolitik im Rezipientenmarkt
7. Leistungspolitik im Werbemarkt
8. Kommunikationspolitik im Rezipientenmarkt

Medienformen

Moodle, PowerPoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki
 Moodle-Kurs: Marketing 5/2 – Medienmarketing (WS 2020/21)

Literatur

- Breyer-Mayländer, T.; Keil, M. (Hrsg.): Kundengewinnung und Kundenbindung bei Presseabonnements, Wiesbaden 2019.
- Breyer-Mayländer, T.; Seeger, C.: Medienmarketing, München 2006.
- Deges, F.: Grundlagen des E-Commerce. Strategien, Modelle, Instrumente, Wiesbaden 2020.
- Dreiskämper, T.: Grundfragen der Medienbetriebslehre: BWL für Medien- und Kommunikationsmanager, Berlin 2018.
- Gläser, M.: Medienmanagement, 3. Aufl., München 2014.
- Karstens, E. ; Schütte, J.: Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten, Wiesbaden 2005.
- Kollmann, T.: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, 7. Aufl., Wiesbaden 2019.

- Kreutzer, R.: Online-Marketing, 2. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing – Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inclusive Facebook-Werbung, 7. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Neuberger, C.: Meinungsmacht im Internet und Digitalstrategien von Medien-unternehmen, Leipzig 2018.
- Olbrich, R.; Schultz, C. D.; Holsing, C.: Electronic Commerce und Online-Marketing. 2. Aufl., Berlin 2019.
- Pezoldt, K.; Sattler, B.: Medienmarketing, Stuttgart 2009.
- Wirtz, B.: Medien- und Internetmanagement, 10. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Weinberg, T.; Pahrman, C.; Ladwig, W.: Social Media Marketing, Köln 2014.
- Zydorek, C.: Grundlagen der Medienwirtschaft. Algorithmen und Medienmanagement, Wiesbaden 2018.

Detailangaben zum Abschluss

alternative Prüfungsleistung:

Teilleistung 1 (20%): Textanalyse mit Reflection Paper zu einem vorgegebenen Thema

Teilleistung 2 (30%): Textanalyse mit Ergebnispräsentation

Teilleistung 3 (50%): Bearbeitung einer Fallstudie mit Endpräsentation

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Unternehmensführung 5

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Englisch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6266 Prüfungsnummer:2500044

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2525

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2	1	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

The learning goals of this unit are as follows:

1) Knowledge and understanding

Both disciplines Strategic Management and Entrepreneurship are young disciplines. The former is largely theory driven, while the latter is phenomenon driven and experiential. In this module, we make the attempt to contrast them, but we also try to show how they are complimentary. The first learning goal is to impart a general understanding of Strategic Management and Entrepreneurship and to gain 'up to date' knowledge on selected challenges within both disciplines.

2) Intellectual skills

Being able to think critically and be creative: manage the creative processes in self and others; organise thoughts, analyse, synthesise and critically appraise. This includes the capability to identify assumptions, evaluate statements in terms of evidence, detect false logic or reasoning, identify implicit values, define terms adequately and generalise appropriately.

3) Professional practical skills

Effective performance within team environments and the ability to recognise and utilise individuals' contributions in group processes and to negotiate and persuade or influence others; team selection, delegation, development and management.

4) Transferable (key) skills

Effective two-way communication: listening, effective oral and written communication of complex ideas and arguments, using a range of media, including the preparation of business reports

High personal effectiveness: critical self-awareness, self-reflection and self-management; time management; sensitivity to diversity in people and different situations and the ability to continue to learn through reflection on practice and experience

Vorkenntnisse

Bachelor's degree with a business subject (Wirtschaftsingenieurwesen, Medienwirtschaft, Wirtschaftsinformatik, Betriebswirtschaftslehre, and similar); profound understanding of the English language.

Inhalt

- Unit outline (preliminary):

Entrepreneurship and Innovation

- Entrepreneurship and Economic Growth
- Schumpeterian and Kirzner Opportunities
- The Field of Entrepreneurship
 - What is Strategy?
- History of and Perspectives on Strategy
- Strategy Context, Content, and Process
- Putting strategy in it's place
 - Dominant Perspectives within Strategic Management
- Economizing versus Strategizing
- Market-based View: How much does Industry matter?
- Resource-based View: Really?

- International Management
- Definitions and Drivers of Internationalization and Globalization
- Theories explaining Internationalization
- Managing Multinational Firms
 - Dynamic Capabilities and Timing Strategies
- Dynamic Capabilities and Competitive Advantage
- Managerial Cognition: The fourth Dynamic Capability
- Framework for Resource Orchestration
 - (Digital) Business Models in (Digital) Industry Architectures
 - Of Architectures, Industry, and Organizational Advantage
 - Designing and Innovating Business Models

Medienformen

PowerPoint-Folien, Tafelbild, Skript, Literaturstudium, Case Study Tutorial
moodle-Kurs: Unternehmensführung 5 - Strategic Management and Entrepreneurship

Literatur

- Aldrich, Howard E., and Roger Waldinger. "Ethnicity and entrepreneurship." *Annual Review of Sociology* (1990): 111-135.
- Alvarez, Sharon A., and Lowell W. Busenitz. "The entrepreneurship of resource-based theory." *Journal of Management* 27.6 (2001): 755-775.
- Amit, R. & Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *MIT Sloan Management Review* 53(3), 41-49.
- Baker, Ted, and Reed E. Nelson. "Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage." *Administrative Science Quarterly* 50.3 (2005): 329-366.
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32(10), 1231-1241.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baumol, W. J., 1990, "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", *Journal of Political Economy* 98, 893-921.
- Burgelman, Robert A. "Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study." *Management Science* 29.12 (1983): 1349-1364.
- Conner, Kathleen R. "A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: do we have a new theory of the firm?." *Journal of Management* 17.1 (1991): 121-154.
- Eggers, J. P. & Kaplan, S. (2013). Cognition and capabilities: a multi-level perspective. *The Academy of Management Annals*, 7(1), 295-340.
- Foss, Kirsten, and Nicolai J. Foss. "Resources and transaction costs: how property rights economics furthers the resource-based view." *Strategic Management Journal* 26.6 (2005): 541-553.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Greve, Arent, and Janet W. Salaff. "Social networks and entrepreneurship." *Entrepreneurship Theory and Practice* 28.1 (2003): 1-22.
- Ireland, R. Duane, Michael A. Hitt, and David G. Sirmon. "A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions." *Journal of Management* 29.6 (2003): 963-989.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 74(1), 75-85.
- Kim C. & Mauborgne, R. (2004). Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, 76-84.
- Lounsbury, Michael, and Mary Ann Glynn. "Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources." *Strategic Management Journal* 22.6-7 (2001): 545-564.
- Nelson, Richard R., and Sidney G. Winter. "Evolutionary theorizing in economics." *The Journal of Economic Perspectives* 16.2 (2002): 23-46.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2010): *Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: Wiley. Online: : <http://businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>
- Oviatt, Benjamin M., and Patricia P. McDougall. "Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization." *Entrepreneurship Theory and Practice* 29.5 (2005): 537-554.
- Milgrom, P. & Roberts, J. (1992): *Economics, Organization and Management*. Chapter 5: Bounded rationality and private information.
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.
- Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. (pp. 21-38). *Harvard Business Review*, 21-38.
- Porter, Michael E. "The contributions of industrial organization to strategic management." *Academy of Management Review* 6.4 (1981): 609-620.

- Sarasvathy, Saras D. "Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency." *Academy of Management Review* 26.2 (2001): 243-263.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shelanski, H. A., & Klein, P. G. (1995). Empirical research in transaction cost economics: a review and assessment. *Journal of Law, Economics, & Organization*, 335-361.
- Tirole, Jean. "Cognition and incomplete contracts." *The American Economic Review* 99.1 (2009): 265-294.
- Venkataraman, S., Sarasvathy, S. D., Dew, N., & Forster, W. R. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: Whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. *Academy of Management Review*, 37(1), 21-33.

Additional reading material will be provided in the virtual classroom on moodle2.tu-ilmenau.de and during class!

Detailangaben zum Abschluss

alternative method of assessment

Both individual and group assignments and presentations during class and tutorials (30%); written or oral exam (70%) depending on student numbers. The module can only be passed by obtaining at least a pass (4.0) at each of the four components of the assessment.

Students need to register through the thosca+ system.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Modul: Produkt- und Marktmanagement(BWL-Profil 5: 5 aus 9)

Modulnummer: 6516

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden erwerben interdisziplinäre Kenntnisse über theoretische Erklärungsansätze zu Wechselbeziehungen zwischen Markt, Wettbewerb und der strategischen Ausrichtung von Unternehmen. Sie werden befähigt, Markt- und Wettbewerbsprozesse zu analysieren, theoretisch zu erklären und einen Zusammenhang zu relevanten unternehmerischen Entscheidungen herzustellen. Sie sind in der Lage, Ableitungen zur strategischen Bewältigung von Innovationsprozessen und zur Etablierung innovativer bzw. technologieintensiver Leistungen zu treffen sowie Entscheidungen durch die Gewinnung und Anwendung relevanter Marktinformationen, patentstrategischer sowie patentrechtlicher Überlegungen zu fundieren (Fachkompetenz). Sie erwerben Kompetenzen zur Durchführung von Markt-, Wettbewerbs- sowie Patentanalysen sowie zur Erarbeitung und Präsentation strategischer Konzeptionen (Methodenkompetenz). Die teilweise Wissensvermittlung in englischer Sprache erweitert zudem die Fremdsprachenkompetenz der Studierenden.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Bachelorabschluss

Detailangaben zum Abschluss

Industrieökonomik

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6298 Prüfungsnummer:2500083

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2542

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

-Die Studierenden kennen: - Begriffe zur Beschreibung und Analyse von Märkten, - analytische Konstrukte der modernen Kostentheorie, - Prinzipien strategischen Verhaltens, - Modelle räumlichen Wettbewerbs und - Modellierungen der Innovationsprozesse. - Die Studierenden können - Konkurrenzbeziehungen auf Märkten erfassen, - Ansätze der Kostentheorie zur Erklärung und Prognose realer Vorgänge anwenden, - den Transaktionskostenansatz auf Fragen vertikaler Integration anwenden sowie - die Anreize und Wirkungen strategischer Verhaltensweisen darstellen. - Die Studierenden können: - den aktuellen und potenziellen Wettbewerb auf Märkten analysieren und beurteilen und - die Wohlfahrtseffekte unternehmerischer Verhaltensweisen aufzeigen sowie - Markteintrittsbarrieren und Verdrängungspraktiken aus volkswirtschaftlicher Sicht beurteilen.

Vorkenntnisse

Mikroökonomie

Inhalt

Darstellung der theoretischen Grundlagen zu Konkurrenzprozessen auf Märkten, Markteintrittsbarrieren, Economies of Scale/Scope, Netzeffekten, strategischem Verhalten, räumlichem Wettbewerb, vertikaler Integration, technischem Fortschritt sowie Vermittlung verschiedener Instrumente zur Analyse der Rivalitätsprozesse in der Realität.

Medienformen

Moodle-Kursraum: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=297>; Skript, Materialien

Literatur

Carlton/Perloff, Modern industrial organization, 4. A., Reading 2005 Waldman/Jensen, Industrial organization: theory and practice, 2. A., Reading 2002 Knieps, Wettbewerbsökonomie, 2. A., Berlin 2005

Detailangaben zum Abschluss

Falls es die Corona-Regelungen erfordern, werden die Prüfungen online durchgeführt.

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Bachelor Medienwirtschaft 2011
- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2015
- Master Wirtschaftsinformatik 2018
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Produkt- und Marktmanagement(BWL-Profil 5: 5 aus 9)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Patentmanagement 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkenn.:Wahlmodul

Turnus:unbekannt

Fachnummer: 6518 Prüfungsnummer:2000007

Fachverantwortlich: Dr. Uwe Geishendorf

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
Zentralinstitut für Bildung Fachgebiet:672

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
2	1	0																												

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind befähigt, neben Wirtschafts-, Literatur- und Zitierdatenbanken vor allem Patentdatenbanken rationell zu nutzen, indem sie leistungsfähige Dokumentations- und Retrievalsprachen einsetzen. Sie erreichen sowohl in kommerziellen als auch in nichtkommerziellen Datenbanken eine hohe Recherchevollständigkeit und Recherche Genauigkeit. Die Studierenden können dadurch den Weltstand der Technik und seine Entwicklung auf den unternehmensrelevanten Fachgebieten ermitteln und bewerten. Durch die Verknüpfung der Patentrecherche mit den erworbenen Kenntnissen über das Patentrecht sind die Studierenden in der Lage, Patentanmeldeaktivitäten in einem Unternehmen kompetent zu entwickeln. Sie können damit wesentlich zur Qualifizierung des Patentmanagements, insbesondere zur Erhöhung der Patentergiebigkeit im Unternehmen beitragen. Die Studierenden sind befähigt, neben den Patenten auch Gebrauchsmuster, Marken und Geschmacksmuster zu berücksichtigen.

Vorkenntnisse

nicht erforderlich

Inhalt

Dozent: Dr. Christoph Hoock
Wirtschaftlicher Erfolg auf dem Markt basiert auf dem Entstehen und dem Schutz patentfähiger Produkte und Verfahren. Wesentliche Voraussetzungen sind komplexe Patentrecherchen und erfolgreiche Patenterteilungsverfahren. Im Mittelpunkt der Vorlesung stehen deshalb Grundlagen des Patentwesens und Recherchemethoden in Patentdatenbanken sowie in Literatur-, Zitier-, und Wirtschaftsdatenbanken. Ziele bei der Anwendung der Recherchemethoden sind die Ermittlung des Weltstandes der Technik, seiner Entwicklungstendenzen und der Marktentwicklung. Die Vermittlung der Grundlagen des Patentwesens dient sowohl der professionellen Nutzung der Patentdatenbanken als auch der qualifizierten Patentanmeldetätigkeit im künftigen Arbeitsfeld der Studenten. Die Vorlesung berücksichtigt neben den Patenten auch die Informations- und Rechtsfunktion weiterer gewerblicher Schutzrechte wie Gebrauchsmuster, Marken und Geschmacksmuster.

Medienformen

Schramm, Reinhard PATON – Vorlesungsreihe Teil 1: Grundlagen des Information Retrieval. Wissenschafts-, Technik- und Wirtschaftsdatenbanken (153 Folien) Teil 2: Patentwesen und Patentdatenbanken (333 Folien)
Ilmenau: Technische Universität, 2007

Literatur

Schramm, Reinhard Patentinformation, S.643-656 In: Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation Kühlen, Rainer; Seeger, Thomas ; Strauch, Dietmar (Hrsg.) - München : Saur K G, 2004. - 1000 S. in 2 Bd.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Competition, Strategy, and Institution

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Englisch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 100766 Prüfungsnummer:2500183

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2541							
SWS nach Fachsemester	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
		2 1 0								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Strategic business behavior on competitive markets lies at the heart of any market economic system. This course aims at a deep understanding of competitive interaction in realistic market environments (oligopolies; presence of competition rules and regulatory institutional frameworks) as a precondition for analyzing the pros and cons of different business strategies from a social perspective. This framework is subsequently used to analyse and understand strategic business behaviour in complex (interactive) market environments, both in terms of applied theory and in terms of actual case studies. The purpose of this subject is to render the students capable of mastering the modern economics of competition, strategy, and institutions. It explicitly focuses on: (i) imparting knowledge about (a) the modern, state-of-the-art economics of competition, (b) the modern, state-of-the-art economics of strategy, (c) the modern, state-of-the-art economics of institutions, and (d) the interface between these three areas, (ii) enhancing skills in assessing theoretical and empirical problems in competition, strategy, and institutions on a high academic level, and (iii) qualifying students to master the scientific analysis of competition, strategy and institutions by applying advanced theories, concepts, tools and methods as well as to understand strategic business behavior in complex (interactive) market environments.

Vorkenntnisse

Microeconomics

Inhalt

1. Introduction
2. The Economic Theory of Competition, Strategy, and Institutions
3. Unilateral Strategies with Strategic Interdependency
 - 3.1 Predatory Pricing Strategies
 - 3.2 Advertising and Brands
 - 3.3 Bundling & Tying, Exclusive Dealing and Boycotts
 - 3.4 Raising Rivals' Costs
 - 3.5 European Competition Policy Framework
4. Mergers and Acquisitions
 - 4.1 General Notes
 - 4.2 Analyzing Mergers - European Competition Policy
5. Cartels, Cooperation, Alliances and Networks
 - 5.1 Types and Effects of Enterprise Cooperation
 - 5.2 The Problem of Stability
 - 5.3 Detection of cartels
 - 5.4 European Competition Policy Framework
6. The Global Dimension
 - 6.1 Market Concentration Worldwide
 - 6.2 International Antitrust Institutions

Medienformen

PowerPoint-Animation; Gruppenarbeit; Fallstudien; Projektarbeit; Übungsaufgaben

Literatur

- Bishop, Simon & Walker, Mike, The Economics of EC Competition Law, aktuelle Auflage, London: Sweet & Maxwell.

- Motta, Massimo, *Competition Policy: Theory and Practice*, aktuelle Auflage, Cambridge: Cambridge University Press.
- Kerber, Wolfgang & Schwalbe, Ulrich, *Economic Principles of Competition Law*, in: F. J. Säcker et al. (eds), *Competition Law: European Community Practice and Procedure*, London: Sweet & Maxwell 2008, pp. 202-393.
- Schwalbe, Ulrich & Zimmer, Daniel, *Law and Economics in European Merger Control*, aktuelle Auflage, Oxford: Oxford University Press.
- Kerber, Wolfgang, *Wettbewerbspolitik*, Vahlens Kompendium, Bd. 2, aktuelle Auflage, München: Vahlen.
- Bagwell, K., *The Economic Analysis of Advertising*, in: *Handbook of Industrial Organization*, Vol. 3, Amsterdam: Elsevier 2007, 1703-1844.
- Budzinski, O., *Impact Evaluation of Merger Control Decisions*, in: *European Competition Journal* 9 (1), 2013, 199-224.
- Budzinski, O., *International Antitrust Institutions*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 119-146.
- Choi, J.P. & Gerlach, H., *Cartels and Collusion: Economic Theory and Experimental Economics*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 415-441;
- Levenstein, M.C. & Suslow, V.Y., *Cartels and Collusion: Empirical Evidence*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 442-463.
- Elzinga, K.G. & Mills, D.E., *Predatory Pricing*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 40-61.
- Jayaratne, J. & Ordovery, J., *Coordinated Effects*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 509-528.
- Keating, B. & Willig, R.D., *Unilateral Effects*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 466-508.
- Salinger, M.A., *Vertical Mergers*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 551-586.
- Salop, S.C. & Scheffman, D.T., *Raising Rivals' Costs*, in: *The American Economic Review* 73 (2), 1983, 267-271;
- Scheffman, D.T. & Higgins, R.S., *Twenty Years of Raising Rivals' Costs: History, Assessment, and Future*, in: *George Mason Law Review* 12 (2), 2013, 371-387.
- Tirole, J., *The Analysis of Tying Cases: A Primer*, in: *Competition Policy International* 1 (1), 2005, 1-25.
- White, L.J., *Monopoly and Dominant Firms: Antitrust Economics and Policy Approaches*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 313-344.

Detailangaben zum Abschluss

You can find all information about the course here:

<https://moodle2.tu-ilmeneau.de/course/view.php?id=388>

Essays are written in form of open book examination, i.e. all available materials may be used

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013
 Master Medienwirtschaft 2014
 Master Medienwirtschaft 2015
 Master Medienwirtschaft 2018
 Master Wirtschaftsinformatik 2014
 Master Wirtschaftsinformatik 2015
 Master Wirtschaftsinformatik 2018
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Innovationsökonomik

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 101348 Prüfungsnummer:2500193

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2542

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die Begriffe zur Erfassung und Beschreibung von Forschungs- und Innovationsprozessen, die theoretischen Modelle zur Idealisierung der Innovations-, Adaptionen- und Diffusionsprozesse, die einzel- und gesamtwirtschaftlichen Wirkungen der verschiedenen Schutzrechte, die Instrumente der Forschungspolitik. Die Studierenden können die Abhängigkeit der materiellen Anreize von den Marktstrukturen an Hand der Theorie darstellen, die Argumente für und gegen staatliche Fördermaßnahmen von Forschung und Entwicklung darstellen und einordnen, sich mit der Praxis der staatlichen Forschungspolitik in Deutschland und der EU wissenschaftlich auseinander setzen.

Vorkenntnisse

BA-Abschluss, Mikroökonomie, Industrieökonomik

Inhalt

Darstellung der theoretischen Analyse von Innovationsprozessen, der Modelle zu den Anreizen zu Verfahrens- und Prozessinnovationen in Abhängigkeit von den Marktstrukturen, der Adoptions-, Diffusions- und Imitationsprozesse, der Pfadabhängigkeiten, von üblichen Schutzrechten und deren Wirkungen, der Argumente für und gegen staatliche Maßnahmen zur Förderung von Forschung und Entwicklung, der Instrumente der Forschungspolitik sowie der Praxis in Deutschland und der Europäischen Union.

Medienformen

Moodle-Kursraum: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=300>; Skript, Materialien

Literatur

Mansfield, E./Mansfield, E. (Hrsg.) (1993), The Economics of Technical Change, Aldershot 1993. Freeman, C. (Hrsg.) (1990), The Economics of Innovation, Aldershot. Freeman C. (1997), The economics of industrial innovation, 3. Aufl., London. Klodth, H. (1995), Grundlagen der Forschungs- und Technologiepolitik, München. Welsch, J. (2005), Innovationspolitik, Wiesbaden 2005. Rogers E. M. (2003), Diffusion on innovation, 5. Aufl., New York.

Detailangaben zum Abschluss

Falls es die Corona-Regelungen erfordern, werden die Prüfungen online durchgeführt.

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medienwirtschaft 2015
- Master Medienwirtschaft 2018
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6262 Prüfungsnummer:2500046

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung vermittelt Kenntnisse zu Strategien und Instrumenten des Marketings in Industrie- bzw. High-Tech-Märkten. Die Studierenden lernen die Besonderheiten organisationalen Beschaffungsverhaltens, die Bedeutung von Technologien und die Komplexität kundenorientierter Lösungen und Leistungssysteme kennen und können daraus Konsequenzen für das Marketing von Industrie- bzw. Technologieunternehmen ableiten. Die Veranstaltung widmet sich zudem der Frage der Vermarktung bzw. Adoption neuer Technologien und Implikationen für das Marketing in High-Tech-Märkten (Fachkompetenz). Es werden Methoden der Marktforschung und Informationsbeschaffung, strategische Orientierungen, Markteintritts- bzw. Marktbearbeitungsstrategien, Marketinginstrumente sowie das Management von Geschäftsbeziehungen, Kooperationen und Allianzen diskutiert. Anhand von Fallstudienübungen werden die methodischen Kompetenzen der Studierenden vertieft.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

- 1 Unternehmen als Kunden
- 2 Beschaffungsverhalten organisationaler Kunden
- 3 Management von Geschäftsbeziehungen
- 4 Produkt- und Leistungs politik
- 5 Preismanagement
- 6 Vertriebsmanagement
- 7 Kommunikations politik

Medienformen

Moodle-Kurs: Marketing 4 – Investitionsgüter- und Technologiemarketing (Sommersemester 2021)

Moodle, Powerpoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki

Literatur

- Backhaus, K.; Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing. Grundlagen des Business-to-Business-Marketings. 10. Aufl., München.
- Kleinaltenkamp, M.; Saab, S. (2009): Technischer Vertrieb. Eine praxisorientierte Einführung in das Business-to-Business-Marketing. Berlin.
- Lilien, G. L. (Hrsg.) (2012): Handbook of business-to-business marketing. Cheltenham.
- Mohr, J.; Sengupta, S.; Slater, S. (2005): Marketing of High-Technology Products and Innovations, 2. int. ed., Upper Saddle River: Pearson.
- Schneider, D. (2002): Einführung in das Technologie-Marketing. München.

Detailangaben zum Abschluss

Teilleistung 1 (40 %): Reflection paper zu einem vorgegebenem Thema

Teilleistung 2 (50 %): Bearbeitung einer Fallstudie und Präsentation (Gruppenarbeit)

Teilleistung 3 (10 %): Erarbeitung und Präsentation eines selbstgewählten Anwendungsbeispiels

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 5 / 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Englisch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6263 Prüfungsnummer:2500047

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

This course aims at providing extended knowledge on characteristics of services, service production and delivery and services marketing management in various markets, including industrial markets, online markets and the public service sector. The course focuses on defining a service concept, deriving implications for the management of customer interactions, service encounters and service processes. Also, students gain a deeper understanding of service experiences and service quality, related measurements and management instruments to create and sustain valuable service experiences and high-quality services. In this vein, the course provides fundamentals of service innovation and service engineering. Exploring specific attributes of the marketing mix for services, students' ability to apply marketing instruments to different categories of services is enhanced. Lectures and exercises are held in English. Exercises comprise case studies on different strategic and tactical marketing decisions in service markets.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Introduction to Services Marketing
2. Fundamentals of Services Marketing
3. Strategies in Services Marketing
4. The Services Marketing Mix (I): Creating Service Products
5. The Services Marketing Mix (II): Performing Services
6. Service Marketing Research
7. Marketing Services Across Cultures

Medienformen

Moodle course: Marketing 5/1 – Services Marketing (Summer term 2021)

Moodle, PowerPoint, lecture notes, additional digital resources, Online-Wiki

Literatur

- Hoffmann, K. D.; Bateson, J. E. G.; Wood, E. H. (2009): Services Marketing. Concepts, Strategies and Cases, Andover: Cengage Learning;
- Lovelock, C.; Wirtz, J. (2018): Services Marketing, 8. int. ed., Boston: Pearson;
- McDonald. M.; Payne, S.; Frow, P. (2011): Marketing Plans for Services: A Complete Guide. Chichester: Wiley;
- Zeithaml, V. A.; Bitner, M. J.; Gremler, D. D. (2017): Services Marketing. 7. int. ed., London: McGraw Hill.

Detailangaben zum Abschluss

Assignment 1 (40 %): Reflection paper about current developments in services marketing

Assignment 2 (40 %): Case study - analysis and oral presentation (group work)

Assignment 3 (20 %): Contributions to a Service Marketing Wiki on Moodle

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Medientechnologie 2017
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Produkt- und Marktmanagement(BWL-Profil 5: 5 aus 9)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Patentmanagement 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:unbekannt

Fachnummer: 6519 Prüfungsnummer:2000008

Fachverantwortlich: Dr. Uwe Geishendorf

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
Zentralinstitut für Bildung Fachgebiet:672

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, Patentanalysen in Form von Fachgebiets-, Firmen- und Erfinderanalysen zu erarbeiten, die als Basis für erfolgreiche Forschungs- und Patentstrategien dienen. Die Analysen schließen die Patentaktivitäten in unterschiedlichen Industrie- und Entwicklungsländern ein, wobei die Studierenden ihre erworbenen Kenntnisse über das nationale, regionale und internationale Patentrecht anwenden. Für die Umsetzung der Ergebnisse der Forschungs- und Patentstrategien sind die Studierenden befähigt, unterschiedliche Methoden der Be- und Verwertung von Erfindungen zu nutzen. Die Studierenden können mit ihrem Wissen von Patentrecherche über Patentanmeldung und -erteilung bis zur Patentverwertung das Patentmanagement im Unternehmen positiv beeinflussen.

Vorkenntnisse

Patentmanagement I

Inhalt

Dozent: Dr. Christoph Hoock
Neben der Patentrecherche- und Patentanmeldetätigkeit erfordert das betriebliche Patentmanagement die Anwendung modernster Analysemethoden zur Erarbeitung erfolgreicher Forschungs- und Patentstrategien. Ein vorrangiges Ziel der Vorlesung ist deshalb Erstellung von Fachgebietsanalysen, Firmenanalysen und Patentportfolios mittels Verknüpfung von Patentdatenbanken mit Literatur-, Zitier- und Wirtschaftsdatenbanken. Dafür werden auch die erforderlichen Kenntnisse über das nationale, regionale und internationale Patentrecht vermittelt. Methoden der wirtschaftlichen Verwertung der im Ergebnis der realisierten Forschungs- und Patentstrategien erarbeiteten Erfindungen werden dargestellt.

Medienformen

Schramm, Reinhard PATON – Vorlesungsreihe Teil 3: Patentedokumentation im Ausland (157 Folien) Teil 4: Patentanalyse, Patentstrategie und Patentverwertung (165 Folien) Ilmenau: Technische Universität, 2007

Literatur

Schramm, Reinhard; Milde, Sabine (Hrsg.) PATINFO 2007. Gewerbliche Schutzrechte – Rationelle Nutzung ihrer Informations- und Rechtsfunktion in Wirtschaft und Wissenschaft Ilmenau: Technische Universität, 2007. - 324 S. - ISBN 3-932488-11-3

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Hauptseminar (Produkt- und Marktmanagement)

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Pflichtmodul Turnus:ganzjährig

Fachnummer: 6520 Prüfungsnummer:2500128

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 6 Workload (h):180 Anteil Selbststudium (h):158 SWS:2.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							0	2	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, sich wissenschaftlich in einen Themenbereich selbständig einzuarbeiten und die Ergebnisse zu bewerten. Sie können die behandelte Thematik im Rahmen eines freien wissenschaftlichen Vortrags präsentieren und die wesentlichen Erkenntnisse zusammenfassen und darstellen. Mit dem Hauptseminar werden Fach-, Methoden- und Präsentationskompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Lehrveranstaltungen zum gewählten Schwerpunkt des Hauptseminars.

Inhalt

Die Studierenden belegen ein Hauptseminar aus einem der in der wahlobligatorischen Vertiefung vertretenen Lehrgebiete. Die konkreten aktuellen Themenangebote werden von den Fachgebieten semesterweise festgelegt.

Medienformen

- Literaturstudium
- schriftliche Hauptseminararbeit
- mündliche Präsentation wichtiger Inhalte der Hauptseminararbeit
- Diskussion mit den anderen Hauptseminarteilnehmern und den Dozenten

Literatur

Abhängig vom jeweiligem Schwerpunkt und Arbeitsthema des Hauptseminars. Einstiegsliteratur vom jeweiligem Betreuer als Grundlage eigener Literatursuche.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 5 / 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6508

Prüfungsnummer:2500068

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Kerstin Pezoldt

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0																			
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2523																			
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS												
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	
semester																						

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über theoretische Erklärungsansätze und Forschungsmethoden zur Lösung von Marketingproblemen von Medienunternehmen, welche vorrangig in dichotomen Absatzmärkten tätig sind und sich im digitalen Transformationsprozess befinden (Methodenkompetenz). Sie werden befähigt, Medienmärkte zu analysieren, theoretisch zu erklären und konzeptionelle Vorschläge für unternehmerische Marketingentscheidungen zu entwickeln. Sie sind in der Lage, strategische und taktische Entscheidungsprozess zu planen, zu prognostizieren, zu steuern und zu kontrollieren (Fachkompetenz). Sie erwerben Kompetenzen zur eigenständigen Anwendung von Forschungsmethoden bei der Analyse der Makro-, Mikro- und Unternehmensumwelt von digitalen Medienunternehmen und deren Ergebnisinterpretation sowie zur eigenständigen Entwicklung und Ausgestaltung einer Marketingkonzeption, die strategische und taktische Implikationen für die marktorientierte Unternehmensführung umfasst. Die Studierenden sind in der Lage, die Auswirkungen kurz-, mittel- und langfristiger Handlungsempfehlungen für Medienunternehmen zu erfassen und können deren Konsequenzen für gegebene Fragestellungen beurteilen (Methodenkompetenz). Sie lösen, präsentieren, diskutieren und bewerten Fallstudien in kleinen Gruppen (Sozialkompetenz).

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss (Marketing 1 und Marketing 2)

Inhalt

Vorlesungsschwerpunkte:

1. Grundlagen des Medien- und Onlinemarketing
2. Medienmärkte
3. Theorien im Medien- und Onlinemarketing
4. Strategische Umweltanalyse und Marketingplanung
5. Grundlagen des Onlinemarketing
6. Leistungspolitik im Rezipientenmarkt
7. Leistungspolitik im Werbemarkt
8. Kommunikationspolitik im Rezipientenmarkt

Medienformen

Moodle, PowerPoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki
Moodle-Kurs: Marketing 5/2 – Medienmarketing (WS 2020/21)

Literatur

- Breyer-Mayländer, T.; Keil, M. (Hrsg.): Kundengewinnung und Kundenbindung bei Presseabonnements, Wiesbaden 2019.
- Breyer-Mayländer, T.; Seeger, C.: Medienmarketing, München 2006.
- Deges, F.: Grundlagen des E-Commerce. Strategien, Modelle, Instrumente, Wiesbaden 2020.
- Dreiskämper, T.: Grundfragen der Medienbetriebslehre: BWL für Medien- und Kommunikationsmanager, Berlin 2018.
- Gläser, M.: Medienmanagement, 3. Aufl., München 2014.
- Karstens, E. ; Schütte, J.: Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten, Wiesbaden 2005.
- Kollmann, T.: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, 7. Aufl., Wiesbaden 2019.

- Kreutzer, R.: Online-Marketing, 2. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing – Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inclusive Facebook-Werbung, 7. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Neuberger, C.: Meinungsmacht im Internet und Digitalstrategien von Medien-unternehmen, Leipzig 2018.
- Olbrich, R.; Schultz, C. D.; Holsing, C.: Electronic Commerce und Online-Marketing. 2. Aufl., Berlin 2019.
- Pezoldt, K.; Sattler, B.: Medienmarketing, Stuttgart 2009.
- Wirtz, B.: Medien- und Internetmanagement, 10. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Weinberg, T.; Pahrman, C.; Ladwig, W.: Social Media Marketing, Köln 2014.
- Zydorek, C.: Grundlagen der Medienwirtschaft. Algorithmen und Medienmanagement, Wiesbaden 2018.

Detailangaben zum Abschluss

alternative Prüfungsleistung:

Teilleistung 1 (20%): Textanalyse mit Reflection Paper zu einem vorgegebenen Thema

Teilleistung 2 (30%): Textanalyse mit Ergebnispräsentation

Teilleistung 3 (50%): Bearbeitung einer Fallstudie mit Endpräsentation

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Unternehmensführung 5

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 6266 Prüfungsnummer: 2500044

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 86	SWS: 3.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien		Fachgebiet: 2525								
SWS nach Fach- semester	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
			2 1 0							

Lernergebnisse / Kompetenzen

The learning goals of this unit are as follows:

1) Knowledge and understanding

Both disciplines Strategic Management and Entrepreneurship are young disciplines. The former is largely theory driven, while the latter is phenomenon driven and experiential. In this module, we make the attempt to contrast them, but we also try to show how they are complimentary. The first learning goal is to impart a general understanding of Strategic Management and Entrepreneurship and to gain 'up to date' knowledge on selected challenges within both disciplines.

2) Intellectual skills

Being able to think critically and be creative: manage the creative processes in self and others; organise thoughts, analyse, synthesise and critically appraise. This includes the capability to identify assumptions, evaluate statements in terms of evidence, detect false logic or reasoning, identify implicit values, define terms adequately and generalise appropriately.

3) Professional practical skills

Effective performance within team environments and the ability to recognise and utilise individuals' contributions in group processes and to negotiate and persuade or influence others; team selection, delegation, development and management.

4) Transferable (key) skills

Effective two-way communication: listening, effective oral and written communication of complex ideas and arguments, using a range of media, including the preparation of business reports

High personal effectiveness: critical self-awareness, self-reflection and self-management; time management; sensitivity to diversity in people and different situations and the ability to continue to learn through reflection on practice and experience

Vorkenntnisse

Bachelor's degree with a business subject (Wirtschaftsingenieurwesen, Medienwirtschaft, Wirtschaftsinformatik, Betriebswirtschaftslehre, and similar); profound understanding of the English language.

Inhalt

- Unit outline (preliminary):

Entrepreneurship and Innovation

- Entrepreneurship and Economic Growth
- Schumpeterian and Kirzner Opportunities
- The Field of Entrepreneurship
 - What is Strategy?
- History of and Perspectives on Strategy
- Strategy Context, Content, and Process
- Putting strategy in it's place
 - Dominant Perspectives within Strategic Management
- Economizing versus Strategizing
- Market-based View: How much does Industry matter?
- Resource-based View: Really?

- International Management
- Definitions and Drivers of Internationalization and Globalization
- Theories explaining Internationalization
- Managing Multinational Firms
 - Dynamic Capabilities and Timing Strategies
- Dynamic Capabilities and Competitive Advantage
- Managerial Cognition: The fourth Dynamic Capability
- Framework for Resource Orchestration
 - (Digital) Business Models in (Digital) Industry Architectures
 - Of Architectures, Industry, and Organizational Advantage
 - Designing and Innovating Business Models

Medienformen

PowerPoint-Folien, Tafelbild, Skript, Literaturstudium, Case Study Tutorial
moodle-Kurs: Unternehmensführung 5 - Strategic Management and Entrepreneurship

Literatur

- Aldrich, Howard E., and Roger Waldinger. "Ethnicity and entrepreneurship." *Annual Review of Sociology* (1990): 111-135.
- Alvarez, Sharon A., and Lowell W. Busenitz. "The entrepreneurship of resource-based theory." *Journal of Management* 27.6 (2001): 755-775.
- Amit, R. & Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *MIT Sloan Management Review* 53(3), 41-49.
- Baker, Ted, and Reed E. Nelson. "Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage." *Administrative Science Quarterly* 50.3 (2005): 329-366.
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32(10), 1231-1241.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baumol, W. J., 1990, "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", *Journal of Political Economy* 98, 893-921.
- Burgelman, Robert A. "Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study." *Management Science* 29.12 (1983): 1349-1364.
- Conner, Kathleen R. "A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: do we have a new theory of the firm?." *Journal of Management* 17.1 (1991): 121-154.
- Eggers, J. P. & Kaplan, S. (2013). Cognition and capabilities: a multi-level perspective. *The Academy of Management Annals*, 7(1), 295-340.
- Foss, Kirsten, and Nicolai J. Foss. "Resources and transaction costs: how property rights economics furthers the resource-based view." *Strategic Management Journal* 26.6 (2005): 541-553.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Greve, Arent, and Janet W. Salaff. "Social networks and entrepreneurship." *Entrepreneurship Theory and Practice* 28.1 (2003): 1-22.
- Ireland, R. Duane, Michael A. Hitt, and David G. Sirmon. "A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions." *Journal of Management* 29.6 (2003): 963-989.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 74(1), 75-85.
- Kim C. & Mauborgne, R. (2004). Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, 76-84.
- Lounsbury, Michael, and Mary Ann Glynn. "Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources." *Strategic Management Journal* 22.6-7 (2001): 545-564.
- Nelson, Richard R., and Sidney G. Winter. "Evolutionary theorizing in economics." *The Journal of Economic Perspectives* 16.2 (2002): 23-46.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2010): *Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: Wiley. Online: : <http://businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>
- Oviatt, Benjamin M., and Patricia P. McDougall. "Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization." *Entrepreneurship Theory and Practice* 29.5 (2005): 537-554.
- Milgrom, P. & Roberts, J. (1992): *Economics, Organization and Management*. Chapter 5: Bounded rationality and private information.
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.
- Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. (pp. 21-38). *Harvard Business Review*, 21-38.
- Porter, Michael E. "The contributions of industrial organization to strategic management." *Academy of Management Review* 6.4 (1981): 609-620.

- Sarasvathy, Saras D. "Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency." *Academy of Management Review* 26.2 (2001): 243-263.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shelanski, H. A., & Klein, P. G. (1995). Empirical research in transaction cost economics: a review and assessment. *Journal of Law, Economics, & Organization*, 335-361.
- Tirole, Jean. "Cognition and incomplete contracts." *The American Economic Review* 99.1 (2009): 265-294.
- Venkataraman, S., Sarasvathy, S. D., Dew, N., & Forster, W. R. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: Whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. *Academy of Management Review*, 37(1), 21-33.

Additional reading material will be provided in the virtual classroom on moodle2.tu-ilmenau.de and during class!

Detailangaben zum Abschluss

alternative method of assessment

Both individual and group assignments and presentations during class and tutorials (30%); written or oral exam (70%) depending on student numbers. The module can only be passed by obtaining at least a pass (4.0) at each of the four components of the assessment.

Students need to register through the thosca+ system.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Modul: Informations- und Wissensmanagement(BWL-Profil 6: 5 aus 11)

Modulnummer: 9008

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Stelzer

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse in speziellen Themen der Wirtschaftsinformatik gemäß ihrer persönlichen beruflichen Perspektive. Hierzu zählen beispielsweise Themen des betrieblichen Wissensmanagements, der Prognoserechnung, der Datenanalyse, des Informationsmanagements, des eSupply Chain Managements und der quantitativen Unternehmensplanung. Die Studierenden kennen wesentliche Probleme und Aufgaben ihrer Vertiefungsbereiche und können an deren Bearbeitung mitwirken.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Bachelorabschluss

Detailangaben zum Abschluss

Betriebliches Wissensmanagement / Wissensbasierte Systeme

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6305

Prüfungsnummer:2500075

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Stelzer

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2533

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden

- kennen typische Anwendungsfelder des betrieblichen Wissensmanagements,
- können den Beitrag des Wissensmanagements zur Erreichung betrieblicher Ziele realistisch einschätzen,
- kennen Strategien, Aufgaben, Methoden und Werkzeuge des Wissensmanagements,
- wissen, wie Wissensmanagement organisatorisch verankert werden kann,
- haben einige Werkzeuge des Wissensmanagements näher kennen gelernt,
- kennen wichtige Mechanismen zur Repräsentation von Wissen und zur Inferenz,
- haben einen Überblick über semantische Technologien und das „Semantic Web“.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

Grundlagen des Wissensmanagements

- Grundlagen des Wissensmanagements
- Kategorien organisationalen Lernens
- Aufgaben des Wissensmanagements
- Strategien des Wissensmanagements
- Organisation des Wissensmanagements
- Methoden des Wissensmanagements
- Werkzeuge des Wissensmanagements
- Wissensrepräsentation und Inferenz
- Semantische Technologien

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien, in den Übungen Fallbeispiele für unterschiedliche Wissensrepräsentationsmechanismen.

Literatur

- Stefan Güldenbergh: Wissensmanagement und Wissenscontrolling in lernenden Organisationen - Ein systemtheoretischer Ansatz. Braunschweig - Wiesbaden (neueste Auflage)
- Lutz J. Heinrich, Dirk Stelzer: Informationsmanagement: Grundlagen, Aufgaben, Methoden. München (neueste Auflage)
Lerneinheiten Wissensmanagement und Methoden des Wissensmanagements, <http://www.informationsmanagement-buch.org>
- Gilbert Probst, Steffen Raub, Kai Romhardt: Wissen Managen. Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen. Wiesbaden (neueste Auflage)
- Gerold Riempp: Integrierte Wissensmanagement-Systeme. Architektur und praktische Anwendung. Berlin, Heidelberg, New York (neueste Auflage)
- Zu den einzelnen Sitzungen werden weitere Literaturhinweise bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Informations- und Wissensmanagement(BWL-Profil 6: 5 aus 11)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Empirische Wirtschaftsforschung

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Englisch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 101443

Prüfungsnummer:2500210

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0																		
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2542																		
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS											
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	2	1	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

The objective of this course is to prepare students for basic empirical work. It is a hands-on course, where students learn to work with simulated as well as real economic data. Topics include basic data analysis, regression, testing and forecasting. Students will get in touch with software such as Mathematica and Stata and they will acquire the necessary skills to carry out their own empirical research.

Vorkenntnisse

Mathematics, Statistics

Inhalt

Medienformen

Literatur

Murray, Michael (2006). Econometrics: A Modern introduction, Pearson Addison-Wesley.

Greene, W. H. (2008): Econometric Analysis, 6th Ed. Pearson International.

Wooldridge, Jeffrey M. (2012): Introductory Econometrics: A Modern Approach, 5th Ed. South-Western.

Detailangaben zum Abschluss

25 % mid term paper, 50 % final term paper, 5 takehomes

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Medienwirtschaft 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Informationsmanagement (Mastermodul)

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6273

Prüfungsnummer:2500078

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Stelzer

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2533																								
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS																	
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden

- vertiefen Inhalte der Veranstaltung Grundlagen des Informationsmanagements,
- sind in der Lage, mit Praktikern und Wissenschaftlern an der Lösung von Problemen des Informationsmanagements zusammenarbeiten zu können,
- verfügen über Kenntnisse und Fähigkeiten, um auf dem Gebiet des Informationsmanagements wissenschaftlich arbeiten zu können,
- haben geübt, sich in kurzer Zeit in neue, komplexe Themen einzuarbeiten,
- haben geübt, Termine einzuhalten und mit knappen Ressourcen gute Resultate zu erzielen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss, insbesondere Grundlagen des Informationsmanagements

Inhalt

Während der Inhalt der Lehrveranstaltung Grundlagen des Informationsmanagements im Bachelorstudium darin besteht, den Studierenden wissenschaftliche und anwendungsorientierte Grundlagen des Informationsmanagements zu vermitteln, wird in der Lehrveranstaltung Informationsmanagement darauf aufgebaut, die Inhalte werden vertieft, erweitert und ergänzt.

Die Inhalte der Lehrveranstaltung im Einzelnen:

- Grundlagen des Informationsmanagements (ggf. kurze Wiederholung wichtiger Grundlagen des Informationsmanagements)
- Praxis des Informationsmanagements
 - IT-Governance
 - IT-Service-Management
 - IT-Business-Alignment
 - IT-Demand- und Supply-Organisation
 - Moderne IT-Organisationsformen
- Forschung des Informationsmanagements
 - Forschung in der gestaltungsorientierten WI
 - Produktivitätsparadox der IT
 - Bewertung des Erfolgs von IS
- Entwicklungstendenzen des Informationsmanagements
 - Informationsmanagement für digitale Güter
 - Aktuelle Entwicklungen

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien, zum Teil durch Metaplan unterstützte Gruppenarbeit; Skripte der Vorlesungen und Begleitmaterial der Übungen als Download

Die Teilnehmer dieser Veranstaltung arbeiten aktiv an der Analyse, Aufbereitung und Präsentation der Lehrinhalte mit.

Einsatz eines moodle-Kurses zur Organisation der gesamten Lehrveranstaltung sowie zur Kontrolle des Lernfortschritts

Moodle-Kursraum: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/info.php?id=1151>

Literatur

Lutz J. Heinrich, Dirk Stelzer: Informationsmanagement: Grundlagen, Aufgaben, Methoden. München (neueste Auflage), <http://www.informationsmanagement-buch.org>
Helmut Krcmar: Informationsmanagement. Berlin (neueste Auflage)

Detailangaben zum Abschluss

alternative studienbegleitende Prüfungsleistungen (z. B. Referate, Präsentationen)

Die Teilnehmer erbringen im Verlauf der Vorlesungszeit vier bis sechs Einzelleistungen in Form von mündlichen Vorträgen und schriftlichen Ausarbeitungen, zum Teil als individuelle Leistungen, zum Teil als Gruppenleistungen. Die Noten dieser Leistungen gehen gleichgewichtet in die Abschlussnote ein. In der Prüfungszeit findet keine weitere Prüfung zu der Lehrveranstaltung statt.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Methoden und Werkzeuge der digitalen Fabrik

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkenn.: Wahlmodul

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 6301

Prüfungsnummer: 2500076

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Steffen Straßburger

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 86	SWS: 3.0																		
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2531																		
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS											
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	2	1	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, Methoden und Werkzeuge der Digitalen Fabrik zu bewerten und ihre Nutzung innerhalb von Industriebetrieben zu koordinieren. Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für die IT-Probleme und Prozess-Voraussetzungen, die zur erfolgreichen Umsetzung der „Digitalen Fabrik“ in einem Unternehmen notwendig sind. Innerhalb von Übungen erwerben die Studierenden die Kompetenz, mit einzelnen Werkzeugen der digitalen Fabrik zu arbeiten.

Vorkenntnisse

Vorkenntnisse im Bereich Produktionswirtschaft

Inhalt

- Grundlagen der Digitalen Fabrik
- Grundlagen der Fabrikplanung
- Modelle, Methoden und Werkzeuge
- Verschiedene Modellierungs- und Simulationsansätze
- Virtual Reality
- Datenstandards, Schnittstellen und Integration
- Kopplung digitale und reale Fabrik
- Virtuelle Inbetriebnahme
- Interoperabilitätsstandards
- Kommunikationsprotokolle

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien, Moodle-Kurs: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=672>

Literatur

- Bracht, U.; Geckler, D.; Wenzel, S.: Digitale Fabrik. Methoden und Praxisbeispiele. Springer, 2011
- Bangsow, S.: Fertigungssimulationen mit Plant Simulation und SimTalk. Hanser, 2008

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Bachelor Informatik 2010
- Bachelor Informatik 2013
- Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
- Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
- Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Maschinenbau 2014
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015
- Master Medienwirtschaft 2018
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014 Vertiefung MB
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018 Vertiefung MB

Prognoserechnung

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6284

Prüfungsnummer:2500065

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2532							
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
Fach-	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
semester	2 1 0									

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die wichtigsten Prognosetechniken und können diese in Bezug auf ihre Anwendungsmöglichkeiten einordnen. Sie sind in der Lage, die Güte getroffener Vorhersagen anhand objektiver Kriterien zu bewerten.

Die Lehrveranstaltung vermittelt Fach- und Methodenkompetenz vorrangig für Entwicklungs- und Wirkungsprognosen. Die Studierenden sind mit multivariaten Prognoseverfahren so weit vertraut, um entsprechende Modelle verstehen und praktisch anwenden zu können. Sie beherrschen die Zerlegung gegebener Zeitreihen in Komponenten und deren Extrapolation in die Zukunft. Die Studierenden können lineare Modelle an stationäre Zeitreihen anpassen und damit kurzfristige Vorhersagen erstellen.

Vorkenntnisse

Statistik 1 und 2

Inhalt

1. Einführung und Überblick
2. Multivariate Prognoseverfahren
 - Regressionsanalyse
 - Diskriminanzanalyse
 - Entscheidungsbäume
3. Komponentenmodelle
 - Grundmodell und Varianten
 - Schätzung der Komponenten
 - Modellbeurteilung
4. Lineare Zeitreihenmodelle
 - Autoregressive Modelle
 - MA-Modelle
 - ARMA-Modelle
 - ARIMA-Modelle

Medienformen

Interaktives Tafelbild, Overhead-Projektionen, Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/index.php?categoryid=223>

Literatur

Jeweils in der aktuellen Auflage:

- Bankhofer, U.; Vogel, J.: Datenanalyse und Statistik, Gabler, Wiesbaden
- Fahrmeir, L.; Hamerle, A.; Tutz, G.: Multivariate statistische Verfahren, de Gruyter, Berlin
- Hansmann, K.-W.: Kurzlehrbuch Prognoseverfahren, Gabler, Wiesbaden
- Makridakis, S.; Wheelwright, S.; Hyndman, R.: Forecasting, Wiley, New York
- Merstens, P.; Rässler, S. (Hrsg.): Prognoserechnung, Physica, Heidelberg
- Rinne, H.; Specht, K.: Zeitreihen – Statistische Modellierung, Schätzung und Prognose, Vahlen, München
- Schlittgen, R.: Angewandte Zeitreihenanalyse, Oldenbourg, München, Wien

- Schlittgen, R.; Streitberg, B.: Zeitreihenanalyse, Oldenbourg, München, Wien

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Datenanalyse

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6285

Prüfungsnummer:2500077

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2532							
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
Fach-	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
semester		2 1 0								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, multivariate Daten zu analysieren und entsprechende Methoden bei der Auswertung multivariater Daten richtig einzusetzen. Sie können die Analyseergebnisse bewerten und im Hinblick auf die zugrundeliegende Problemstellung interpretieren. Mit der Vorlesung und der Übung werden Fach- und Methodenkompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Statistik auf Bachelorniveau

Inhalt

1. Daten- und Distanzmatrizen 1.1 Objekte, Merkmale, Distanzen 1.2 Merkmalstypen und ihre Distanzen 1.3 Aggregation von Distanzen 2. Klassifikationsverfahren 2.1 Klassifikationstypen 2.2 Klassifikationsheuristiken 2.3 Bewertungskriterien 2.4 Partitionierende Klassifikationsverfahren 2.5 Hierarchische Klassifikationsverfahren 3. Repräsentationsverfahren 3.1 Mehrdimensionale Skalierung 3.2 Faktorenanalyse 4. Identifikationsverfahren 4.1 Multiple Regression 4.2 Diskriminanzanalyse 4.3 Varianzanalyse

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien, Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/index.php?categoryid=223>

Literatur

Jeweils in der aktuellen Auflage: - Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden, Springer, Berlin - Bankhofer, Udo: Datenanalyse und Statistik. Eine Einführung für Ökonomen im Bachelor, Gabler, Wiesbaden - Bausch, T.; Opitz, O.: PC-gestützte Datenanalyse mit Fallstudien aus der Marktforschung, Vahlen, München - Bowerman, B.L.; O'Connell, R.T.: Forecasting and time series, Duxbury Press - Everitt, B.; Dunn, G.: Applied Multivariate Data Analysis, Arnold, London - Fahrmeir, L.; Hamerle, A.; Tutz, G.: Multivariate statistische Verfahren, de Gruyter, Berlin - Gaul, W.; Baier, D.: Marktforschung und Marketing Management: computerbasierte Entscheidungsunterstützung, Oldenbourg - Hartung, J.; Elpelt, B.: Multivariate Statistik, Oldenbourg, München - Opitz, O.: Numerische Taxonomie, UTB, Fischer, Stuttgart - Jobson, J.D.: Applied Multivariate Data Analysis, Volume I: Regression and Experimental Design, Springer, New York - Jobson, J.D.: Applied Multivariate Data Analysis, Volume II: Categorical and Multivariate Methods, Springer, New York - Leiner, B.: Einführung in die Zeitreihenanalyse, Oldenbourg - Mertens, P.; Rässler, S.: Prognoserechnung, Physica - Schlittgen, R.; Streitberg, B.: Zeitreihenanalyse, Oldenbourg

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Medienwirtschaft 2014
 Master Medienwirtschaft 2015
 Master Medienwirtschaft 2018
 Master Wirtschaftsinformatik 2014
 Master Wirtschaftsinformatik 2015
 Master Wirtschaftsinformatik 2018
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

IT Service Management

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6310

Prüfungsnummer:2500079

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Volker Nissen

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):98	SWS:2.0																			
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2534																			
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS												
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	
semester																						
			2	0	0																	

Lernergebnisse / Kompetenzen

- Die Studierenden verstehen die Bedeutung der IT für Unternehmen und können den Wertbeitrag der IT zum Unternehmenserfolg diskutieren.
- Sie wissen um die Wichtigkeit von Business-IT-Alignment und sind mit Rahmenwerken der IT-Compliance (BDSG, GDPd, SOX), IT-Governance (CobIT) und der IT-Servicemanagements (MOF, HP SMF) vertraut.
- Sie kennen im Detail die Inhalte der Information Technology Infrastructure Library (ITIL V3), der dort definierten Prozesse, Rollen und Kennzahlen.
- Sie kennen Chancen und Grenzen der genannten Rahmenwerke und können diese bewerten.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

- Grundlagen und Grundbegriffe zu IT-Compliance, IT-Governance, Business-IT-Alignment, Wertbeitrag der IT im Unternehmen.
- Detaillierte Inhalte zur Information Technology Information Library (ITIL V3) und überblicksartige Kenntnisse alternativer und angrenzender Frameworks.

Medienformen

Tafelbild, PowerPoint-Folien, Literaturstudium

<https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/info.php?id=1527>

Literatur

- Carr NG (2003) IT Doesn't Matter. In: Harvard Business Review 2003(05), S. 41-51.
- Dorn G (2009) Management von IT-Architekturen – Leitlinien für die Ausrichtung, Planung und Gestaltung von Informationssystemen. 3. Aufl. Vieweg, Wiesbaden.
- Ebel N (2008) ITIL V3-Basiswissen – Grundlagen-Knowhow und Zertifizierungsvorbereitung für die ITIL Foundation-Prüfung. Addison-Wesley, München.
- Elsässer W (2006) ITIL einführen und umsetzen. 2. Auflage. Hanser, München.
- Johannsen W, Goeken M (2007) Referenzmodelle für IT-Governance. 1. Auflage. dpunkt, Heidelberg.
- Kamleiter J, Langer M (Hrsg) (2006) Business IT Alignment mit ITIL, COBIT, RUP – Gegenüberstellung und Integration der Referenzmodelle von IT Servicemanagement, IT Governance und Anwendungsentwicklung. Serview GmbH, Bad Homburg.
- Niemann K (2005) Von der Unternehmensarchitektur zur Corporate Governance. Vieweg, Wiesbaden.
- Olbrich A (2008) ITIL kompakt und verständlich – Effizientes IT Service Management – Den Standard für IT-Prozesse kennenlernen, verstehen und erfolgreich in der Praxis umsetzen. 4. Auflage. Vieweg, Wiesbaden.
- Tiemeyer E (2009) Handbuch IT-Management – Konzepte, Methoden, Lösungen und Arbeitshilfen für die Praxis. 3. Auflage. Hanser, München.

Detailangaben zum Abschluss

Corona bedingt sind nach Ermessen des Modulverantwortlichen unter Berücksichtigung der dann gegebenen Situation auch Take Home Exam oder Prüfungen im Online-Format möglich.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Quantitative Unternehmensplanung 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6288

Prüfungsnummer:2500066

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2532							
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
Fach-	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
semester		2 1 0								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Planung- und Entscheidungsprobleme zu analysieren und entsprechende Methoden zur Problemlösung richtig einzusetzen. Sie können die Analyseergebnisse bewerten und im Hinblick auf die zugrundeliegende Problemstellung interpretieren. Mit der Vorlesung und der Übung werden Fach- und Methodenkompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Ganzzahlige Optimierung 1.1 Branch-and-Bound-Prinzip 1.2 Betriebswirtschaftliche Anwendungen 2. Parametrische Optimierung 3. Nichtlineare Optimierung 3.1 Grundlagen der konvexen Optimierung 3.2 Quadratische Optimierung 3.3 Approximative Lösungsverfahren (Gradientenverfahren) 3.4 Betriebswirtschaftliche Anwendungen 4. Projektplanung 4.1 Vertiefung Graphentheorie 4.2 CPM 4.3 PERT 4.4 GERT- und STEO-Netze 4.5 Kostenplanung 4.6 Kapazitätsplanung 5. Lagerhaltungsmodelle

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien, Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/index.php?categoryid=223>

Literatur

Domschke, W. et al.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations-Research, Springer. Domschke, W.; Drexl, A.: Einführung in Operations Research, Springer. Kasana, H.S.; Kumar, K.D.: Introductory Operations Research: Theory and Applications, Springer, Berlin. Neumann, K.; Morlock, M.: Operations Research, Hanser, München. Zimmermann, H.-J.: Operations Research, Vieweg, Wiesbaden. Zimmermann, W.; Stache, U.: Operations Research: Quantitative Methoden zur Entscheidungsvorbereitung, Oldenbourg, München.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Medienwirtschaft 2014
 Master Medienwirtschaft 2015
 Master Medienwirtschaft 2018
 Master Wirtschaftsinformatik 2014
 Master Wirtschaftsinformatik 2015
 Master Wirtschaftsinformatik 2018
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Hauptseminar (Informations- u. Wissensmanagement)

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Pflichtmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6532

Prüfungsnummer:2500129

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Stelzer

Leistungspunkte: 6	Workload (h):180	Anteil Selbststudium (h):158	SWS:2.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2533																								
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS																	
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester																											
				0	2	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, sich wissenschaftlich in einen Themenbereich selbständig einzuarbeiten und die Ergebnisse zu bewerten. Sie können die behandelte Thematik im Rahmen eines freien wissenschaftlichen Vortrags präsentieren und die wesentlichen Erkenntnisse zusammenfassen und darstellen. Mit dem Hauptseminar werden Fach-, Methoden- und Präsentationskompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Lehrveranstaltungen zum gewählten Seminarschwerpunkt

Inhalt

Die Studierenden belegen ein Hauptseminar aus einem der in der wahlobligatorischen Vertiefung vertretenen Lehrgebiete. Die konkreten aktuellen Themenangebote werden von den Fachgebieten semesterweise festgelegt.

Medienformen

- Literaturstudium
 - schriftliche Seminararbeit
 - mündliche Präsentation wichtiger Inhalte der Seminararbeit
 - Diskussion mit den anderen Hauptseminarteilnehmern und den Dozenten
- Einsatz eines moodle-Kurses zur Organisation der gesamten Lehrveranstaltung sowie zur Kontrolle des Lernfortschritts
Moodle-Kursraum: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/info.php?id=1116>

Literatur

Abhängig vom jeweiligem Seminarschwerpunkt und Seminararbeitsthema. Einstiegsliteratur vom jeweiligem Betreuer als Grundlage eigener Literatursuche.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Informationsverarbeitung in der Logistik

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6307

Prüfungsnummer:2500064

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Volker Nissen

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0																			
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2534																			
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS												
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	
semester																						

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Vorlesung vermittelt die Einflüsse moderner IV Systeme auf die Logistik eines Unternehmens und Logistikdienstleister. Studierende sollen: Die Bedeutung der Logistik in einem Unternehmen kennen Den Einfluss der IV auf die Logistik und Logistikdienstleistungen verstehen Die veränderte Rolle der Logistikdienstleister einschätzen können Transport- und Routenplanungsprobleme lösen können

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

Logistikgrundlagen eProcurement, Supplier Relationship Management eFullfilment und Logistikmarktplätze Customer Relationship Management Logistiknetzwerke und Supply Chain Management Identifikationssysteme und Supply Chain Event Management Logistik-Outsourcing Telematik SCOR Prozessreferenzmodell der Logistik SCM-Standardsoftware Transport und Routenplanungsprobleme Hybride Leistungserstellung, Mass Customization Simulation logistischer Problemstellungen

Medienformen

Tafelbild

PowerPoint-Folien <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/info.php?id=733>

Literaturstudium

Literatur

- Heiserich, O.-E. et al.: Logistik: eine praxisorientierte Einführung, akt. Aufl., Gabler
- Weber, J.; Baumgarten, H. (Hrsg.): Handbuch Logistik - Management von Material- und Warenflussprozessen. Schäffer-Poeschel, 1999.
- Reindl, M; Oberniedermaier, G: eLogistics – Logistiksysteme und –prozesse im Internetzeitalter. Addison-Wesley, 2002. Pfohl, H.C.: Logistiksysteme, Springer (aktuelle Auflage)
- Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management, London u.a.: Financial Times Pitman (aktuelle Aufl.)

Detailangaben zum Abschluss

Im Rahmen der Übung können max. 5 Bonuspunkte erreicht werden. Die entsprechenden Details werden zu Beginn der Vorlesung und auf der Webseite bekannt gegeben.

Corona bedingt sind nach Ermessen des Modulverantwortlichen unter Berücksichtigung der dann gegebenen Situation auch Take Home Exam oder Prüfungen im Online-Format möglich.

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2015
- Master Wirtschaftsinformatik 2018
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

IV-Strategien

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6304

Prüfungsnummer:2500074

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Volker Nissen

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):98	SWS:2.0																			
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2534																			
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS												
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	
semester																						

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung vermittelt einen Überblick zu den Gestaltungsoptionen und Kerninhalten von IV-Strategien in Unternehmen.

Studierende sollen:

- Rahmenbedingungen des IV-Einsatzes in Unternehmen verstehen,
- Einsatzpotentiale und Risiken beim Einsatz der IV im Unternehmen kennen
- die strategische Steuerung der IV im Unternehmen verstehen Verfahren zur Entwicklung von IV-Strategien kennen
 - einen Einblick auf aktuelle technologische Entwicklungen erhalten, die IV-Strategien zukünftig beeinflussen können
 - das Innovationspotenzial von IV verstehen

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Grundlagen der Wirtschaftsinformatik

Inhalt

- Notwendigkeit und Grenzen der strategischen IV-Planung
- Objekte und Ziele der strategischen IV-Planung
- Begriffliche Grundlagen und Grundlagen des strat. Informationsmanagements
- Strategische Relevanz der IV
- IT-Business-Alignment
- Bezug IT-Governance
- Vorgehensmodelle zur Entwicklung von IV-Strategien
- Architekturmanagement
- Organisation der IV in Unternehmen
- IV Integrationsmanagement
- IV Controlling
- Outsourcing in der IV

Medienformen

Tafelbild

PowerPoint-Folien <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/info.php?id=2323>

Literaturstudium

Literatur

- Mertens, P; Plattfaut, E.: Informationstechnik als strategische Waffe, 1986.
- Heinrich, L; Lehner, F.: Informationsmanagement. 8. Auflage. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2005.
- Kleiner, M.; Müller, L.; Köhler, M.: IT-Sicherheit – Make or Buy. 1. Auflage, Vieweg Verlag, 2005.
- Kütz, M.: IT-Controlling für die Praxis – Konzeption und Methoden. Dpunkt.verlag GmbH, 2005.
- Mauch, C.; Wildemann, H. (Hrsg): Handbuch IT-Management. 1. Auflage. TCW Transfer Centrum & Co. KG, 2006. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

Corona bedingt sind nach Ermessen des Modulverantwortlichen unter Berücksichtigung der dann gegebenen Situation auch Take Home Exam oder Prüfungen im Online-Format möglich.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Unternehmensführung 5

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Wahlmodul

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 6266	Prüfungsnummer: 2500044
------------------	-------------------------

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 86	SWS: 3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien		Fachgebiet: 2525	

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
							2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

The learning goals of this unit are as follows:

- 1) Knowledge and understanding**
Both disciplines Strategic Management and Entrepreneurship are young disciplines. The former is largely theory driven, while the latter is phenomenon driven and experiential. In this module, we make the attempt to contrast them, but we also try to show how they are complimentary. The first learning goal is to impart a general understanding of Strategic Management and Entrepreneurship and to gain 'up to date' knowledge on selected challenges within both disciplines.
- 2) Intellectual skills**
Being able to think critically and be creative: manage the creative processes in self and others; organise thoughts, analyse, synthesise and critically appraise. This includes the capability to identify assumptions, evaluate statements in terms of evidence, detect false logic or reasoning, identify implicit values, define terms adequately and generalise appropriately.
- 3) Professional practical skills**
Effective performance within team environments and the ability to recognise and utilise individuals' contributions in group processes and to negotiate and persuade or influence others; team selection, delegation, development and management.
- 4) Transferable (key) skills**
Effective two-way communication: listening, effective oral and written communication of complex ideas and arguments, using a range of media, including the preparation of business reports
High personal effectiveness: critical self-awareness, self-reflection and self-management; time management; sensitivity to diversity in people and different situations and the ability to continue to learn through reflection on practice and experience

Vorkenntnisse

Bachelor's degree with a business subject (Wirtschaftsingenieurwesen, Medienwirtschaft, Wirtschaftsinformatik, Betriebswirtschaftslehre, and similar); profound understanding of the English language.

Inhalt

- Unit outline (preliminary):
- Entrepreneurship and Innovation
- Entrepreneurship and Economic Growth
 - Schumpeterian and Kirzner Opportunities
 - The Field of Entrepreneurship
 - What is Strategy?
 - History of and Perspectives on Strategy
 - Strategy Context, Content, and Process
 - Putting strategy in it's place
 - Dominant Perspectives within Strategic Management
 - Economizing versus Strategizing
 - Market-based View: How much does Industry matter?
 - Resource-based View: Really?

- International Management
- Definitions and Drivers of Internationalization and Globalization
- Theories explaining Internationalization
- Managing Multinational Firms
 - Dynamic Capabilities and Timing Strategies
- Dynamic Capabilities and Competitive Advantage
- Managerial Cognition: The fourth Dynamic Capability
- Framework for Resource Orchestration
 - (Digital) Business Models in (Digital) Industry Architectures
 - Of Architectures, Industry, and Organizational Advantage
 - Designing and Innovating Business Models

Medienformen

PowerPoint-Folien, Tafelbild, Skript, Literaturstudium, Case Study Tutorial
moodle-Kurs: Unternehmensführung 5 - Strategic Management and Entrepreneurship

Literatur

- Aldrich, Howard E., and Roger Waldinger. "Ethnicity and entrepreneurship." *Annual Review of Sociology* (1990): 111-135.
- Alvarez, Sharon A., and Lowell W. Busenitz. "The entrepreneurship of resource-based theory." *Journal of Management* 27.6 (2001): 755-775.
- Amit, R. & Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *MIT Sloan Management Review* 53(3), 41-49.
- Baker, Ted, and Reed E. Nelson. "Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage." *Administrative Science Quarterly* 50.3 (2005): 329-366.
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32(10), 1231-1241.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baumol, W. J., 1990, "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", *Journal of Political Economy* 98, 893-921.
- Burgelman, Robert A. "Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study." *Management Science* 29.12 (1983): 1349-1364.
- Conner, Kathleen R. "A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: do we have a new theory of the firm?." *Journal of Management* 17.1 (1991): 121-154.
- Eggers, J. P. & Kaplan, S. (2013). Cognition and capabilities: a multi-level perspective. *The Academy of Management Annals*, 7(1), 295-340.
- Foss, Kirsten, and Nicolai J. Foss. "Resources and transaction costs: how property rights economics furthers the resource-based view." *Strategic Management Journal* 26.6 (2005): 541-553.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Greve, Arent, and Janet W. Salaff. "Social networks and entrepreneurship." *Entrepreneurship Theory and Practice* 28.1 (2003): 1-22.
- Ireland, R. Duane, Michael A. Hitt, and David G. Sirmon. "A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions." *Journal of Management* 29.6 (2003): 963-989.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 74(1), 75-85.
- Kim C. & Mauborgne, R. (2004). Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, 76-84.
- Lounsbury, Michael, and Mary Ann Glynn. "Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources." *Strategic Management Journal* 22.6-7 (2001): 545-564.
- Nelson, Richard R., and Sidney G. Winter. "Evolutionary theorizing in economics." *The Journal of Economic Perspectives* 16.2 (2002): 23-46.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2010): *Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: Wiley. Online: : <http://businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>
- Oviatt, Benjamin M., and Patricia P. McDougall. "Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization." *Entrepreneurship Theory and Practice* 29.5 (2005): 537-554.
- Milgrom, P. & Roberts, J. (1992): *Economics, Organization and Management*. Chapter 5: Bounded rationality and private information.
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.
- Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. (pp. 21-38). *Harvard Business Review*, 21-38.
- Porter, Michael E. "The contributions of industrial organization to strategic management." *Academy of Management Review* 6.4 (1981): 609-620.

- Sarasvathy, Saras D. "Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency." *Academy of Management Review* 26.2 (2001): 243-263.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shelanski, H. A., & Klein, P. G. (1995). Empirical research in transaction cost economics: a review and assessment. *Journal of Law, Economics, & Organization*, 335-361.
- Tirole, Jean. "Cognition and incomplete contracts." *The American Economic Review* 99.1 (2009): 265-294.
- Venkataraman, S., Sarasvathy, S. D., Dew, N., & Forster, W. R. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: Whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. *Academy of Management Review*, 37(1), 21-33.

Additional reading material will be provided in the virtual classroom on moodle2.tu-ilmenau.de and during class!

Detailangaben zum Abschluss

alternative method of assessment

Both individual and group assignments and presentations during class and tutorials (30%); written or oral exam (70%) depending on student numbers. The module can only be passed by obtaining at least a pass (4.0) at each of the four components of the assessment.

Students need to register through the thosca+ system.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Modul: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre(BWL-Profil 7: 5 aus 20)

Modulnummer: 100773

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Durch das Studium einzelner betriebswirtschaftlicher Teildisziplinen erlangen die Studierenden umfassende Kenntnisse der Unternehmenstheorie und des Managements. Je nach Auswahl der belegten Fächer besitzen sie entweder Fähigkeiten eines generalistisch ausgebildeten Managers oder tiefgehende Kenntnisse einzelner Unternehmensfunktionen (u. a. Controlling, Rechnungswesen, Produktionsplanung, Marketing). Sie können formaltheoretische Modelle erklären und anwenden und besitzen eine praktische Handlungskompetenz für die Gestaltung betrieblicher Teilsysteme und die Arbeit in verschiedenen Abteilungen privater oder öffentlicher Unternehmen.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Bachelorabschluss mit bwl. Grundkenntnissen

Detailangaben zum Abschluss

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre(BWL-Profil 7: 5 aus 20)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Controlling 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:English

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6250	Prüfungsnummer:2500034
------------------	------------------------

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2521

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students are able to apply management accounting techniques and tools in the decision making process according to firms' requirements and in line with environmental restrictions. They are able to implement management control systems to align operating activities in line with corporate objectives.

Vorkenntnisse

5299 Internes Rechnungswesen (Cost Accounting)

Inhalt

Variante 1

Accounting and Management Control 1 -
Management Control Systems

Language: English

Content:

- advances methodological knowledge about management accounting
- management control system
- responsibility center control
- transfer pricing
- performance measurement
- management compensation

Literature: Anthony/Govindarajan: Management Control System. 12. ed. New York: MCGrawHill, 2007.

Regular Course start: winter term

Exam: written exam

Bonus Points: case studies with presentation

Variante 2

Accounting and Management Control 1 -
Empirical Accounting research

Sprache: Deutsch

Inhalt:

- Methoden und Forschungsgegenstände empirischer Rechnungslegungsforschung
- Umgang mit wissenschaftlicher Literatur
- Forschungsgegenstand >Qualität von Rechnungslegung< und ihre Quantifizierung
- Vorbereitung auf empirische Masterarbeit

Turnus: Wintersemester

Prüfungsart: Projektarbeit

Bonuspunkte: keine

Medienformen

Powerpoint presentation, case studies, tutorial questions

Literatur

Anthony/Govindarajan: Management Control Systems. 12. ed. New York : McGrawHill, 2007.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medientechnologie 2009
Master Medienwirtschaft 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre(BWL-Profil 7: 5 aus 20)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Empirische Wirtschaftsforschung

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Englisch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 101443

Prüfungsnummer:2500210

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Gebel

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2542																					
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS														
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	2	1	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

The objective of this course is to prepare students for basic empirical work. It is a hands-on course, where students learn to work with simulated as well as real economic data. Topics include basic data analysis, regression, testing and forecasting. Students will get in touch with software such as Mathematica and Stata and they will acquire the necessary skills to carry out their own empirical research.

Vorkenntnisse

Mathematics, Statistics

Inhalt

Medienformen

Literatur

Murray, Michael (2006). Econometrics: A Modern introduction, Pearson Addison-Wesley.

Greene, W. H. (2008): Econometric Analysis, 6th Ed. Pearson International.

Wooldridge, Jeffrey M. (2012): Introductory Econometrics: A Modern Approach, 5th Ed. South-Western.

Detailangaben zum Abschluss

25 % mid term paper, 50 % final term paper, 5 takehomes

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Medienwirtschaft 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Finanzwirtschaft 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6254 Prüfungsnummer:2500032

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2524

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS				
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S
2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Aufbauend auf den Kenntnissen der betrieblichen Finanzwirtschaft und zu Kapitalmärkten erlangen die Studierenden vertieftes Wissen über die derivativen Finanzinstrumente, deren Bedeutung in der Praxis ebenso wie in der Theorie rasant zunimmt und weiter zunehmen wird. Sie verstehen die Funktionsweise von Futures, Optionen, Swaps und Zertifikaten, können diese analysieren und bewerten und zielgerichtet für die Optimierung der Unternehmensfinanzierung nutzbar machen. Die Studierenden erwerben die Kenntnisse und Fertigkeiten für den sicheren und kompetenten Umgang mit modernen innovativen Finanzierungsinstrumenten sowohl bei einschlägigen kaufmännischen Tätigkeiten als auch bei der Abbildung der entsprechenden betriebswirtschaftlichen Prozesse in IT-Systemen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit Kenntnissen, wie sie in den Veranstaltungen "Finanzierung und Investition" (betriebliche Finanzwirtschaft) und "Finanzwirtschaft 1" (Kapitalmärkte) vermittelt werden

Inhalt

1. Überblick über Finanzinnovationen
2. Financial Futures: institutionelle Beschreibung, Bewertung, DAX-Future und Bund-Future, Anlagestrategien
3. Optionen: institutionelle Beschreibung (Options, Optionsscheine), Bewertung, Kennzahlen, fundamentale Eigenschaften (z.B. Hebelwirkung, Put-Call-Parität), Anlagestrategien
4. moderne Derivate (Beschreibung, Analyse und Bewertung): Zertifikate, Contracts for Difference)
5. Swaps: institutionelle Beschreibung, Analyse der Wirkungsweise, Strategien
6. Kreditrisikotransfer, insbesondere Kreditderivate
7. Exchange Traded Funds (ETFs)

Medienformen

Vorlesungsskript, Übungsskript, Literaturstudium
 Moodle-Kurs Finanzwirtschaft 2

Literatur

Jeweils in der die aktuellsten Auflage:

Trost: Vorlesungsskript Finanzwirtschaft 2

Hull: Optionen, Futures und andere Derivate, Pearson, München

Perridon/Steiner/Rathgeber, Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen, München

Rudolph/Hofmann/Schaber/Schäfer, Kreditrisikotransfer, Springer, Berlin-Heidelberg

Rudolph/Schäfer, Derivative Finanzmarktinstrumente, Springer, Berlin-Heidelberg

Steiner/Bruns, Wertpapiermanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 3

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6261 Prüfungsnummer:2500045

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden lernen in der Vorlesung Marktforschungsstudien zu planen und durchzuführen. Dazu gehören Fachkenntnisse über das Design der Erhebung, Gestaltung von Fragebögen sowie qualitative und quantitative Datenauswertungsverfahren. Einen Schwerpunkt bilden dabei multivariate Analyseverfahren (z. B. Regressionsanalyse, Varianzanalyse, Clusteranalyse, Faktorenanalyse). Die Studierenden sind in der Lage, praxisnahe Problemstellungen im Hinblick auf relevante Analyseverfahren zu bewerten und so das Handwerkszeug der Marktforschung richtig auszuwählen und anzuwenden (Fachkompetenz). Im Rahmen eines Seminars lernen die Studierenden, anhand einer gegebenen Fragestellung ein geeignetes Untersuchungsdesign zu entwickeln, Daten zu erheben und mittels der Statistiksoftware SPSS auszuwerten. Damit werden Sie befähigt, Analyseverfahren problemorientiert anzuwenden. Sie sind in der Lage, die Tragweite der Ergebnisse zu erfassen und deren Konsequenzen für die untersuchte Fragestellung (z. B. Konsumentenverhalten) zu beurteilen (Methodenkompetenz).

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

- 1 Marktforschung als Managementaufgabe
- 2 Leitbild der empirischen Forschung
- 3 Planung des Untersuchungsdesigns
- 4 Datenerhebung
- 5 Datenanalyse

Medienformen

Moodle, Powerpoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki
 Moodle-Kurs: Marketing 3 – Angewandte Marktforschung (WS 2020/21)

Literatur

- Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P. (2009): Marktforschung. 12. Aufl., Wiesbaden.
- Bortz, J.; Döring, N. (2006): Forschungsmethoden und Evaluation. 4. Aufl., Heidelberg.
- Fantapié Altobelli, C. (2017): Marktforschung. Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele. 3. Aufl., Stuttgart.
- Homburg, C. (2016): Marketingmanagement. Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 6. Aufl., Wiesbaden.
- Kuß, A.; Wildner, R.; Kreis, H. (2018): Marktforschung. Datenerhebung und Datenanalyse. 6. Aufl., Wiesbaden.

Detailangaben zum Abschluss

Die Studierenden werden zu Beginn der Veranstaltung in Gruppen eingeteilt und durchlaufen den Prozess der Marktforschung mittels semesterbegleitender Aufgaben anhand eines Fallbeispiels. Die Aufgabenbearbeitung wird durch wissenschaftliche und praktische Inputs unterstützt. Die Ergebnisse der Aufgabenbearbeitung werden in Form eines Research Reports zusammengefasst und gebündelt zur Bewertung eingereicht.

Alternative Prüfungsleistung in Form eines Research Reports = 100 %

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre(BWL-Profil 7: 5 aus 20)



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Steuerlehre 3

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6257	Prüfungsnummer:2500058
------------------	------------------------

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2521

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Änderungen von Rechtsform und Beteiligungsverhältnissen gehören zu den wirtschaftlich bedeutsamsten Ereignissen in der Existenz eines Unternehmens. Die Veranstaltung erläutert die steuerlichen Konsequenzen solcher Umstrukturierungsmaßnahmen und gibt Hinweis für eine auch unter steuerlichen Aspekten sinnvolle Gestaltung. Dabei werden sowohl Verschmelzungen von Kapitalgesellschaften auf Personengesellschaften und auf Kapitalgesellschaften als auch Spaltungsvorgänge behandelt. Des Weiteren werden die im Rahmen des SEStEG grundlegend geänderten Einbringungen von Betriebsvermögen und Anteilstausche ausführlich behandelt. Die einzelnen Umwandlungsvorgänge werden dabei nicht nur eingehend erläutert, sondern auch auf ihre Wirtschaftlichkeit hin untersucht. Aufgrund der hohen Praxisrelevanz der Vorlesungsinhalte können die Studierenden ihr erworbenes Wissen unmittelbar in ihrer späteren beruflichen Tätigkeit einsetzen. Die Studierenden lernen dabei insbesondere die sorgfältige Analyse von steuerlichen Problemstellungen und den Entwurf einer optimalen Lösungsstruktur.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Gegenstand und Aufgaben des Umwandlungsrechts und des Umwandlungssteuerrechts
2. Betriebswirtschaftliche Auswirkungen von Umwandlungsvorgängen
3. Einführung in steuerliche Konsequenzen von einzelnen Umstrukturierungsmaßnahmen und Gestaltungsmöglichkeiten
 - 3.1 Verschmelzung von Kapitalgesellschaften auf Personengesellschaften
 - 3.2 Verschmelzung von Kapitalgesellschaften auf Kapitalgesellschaften
 - 3.3 Spaltungsvorgänge von Kapitalgesellschaften
 - 3.4 Einbringungsvorgänge in Kapitalgesellschaften und Personengesellschaften

Die Veranstaltung wird ab dem SS 2017 nicht mehr gelesen und kann somit nicht neu belegt werden. Die Prüfungen für die Wiederholer aber werden noch einige Zeit angeboten.

Medienformen

Beamer, Overhead-Projektor, Tafel, Foliensatz zur Vorlesung und Handout mit Übungsaufgaben im Downloadbereich des Fachgebietes verfügbar

Literatur

Brähler, Gernot, Umwandlungssteuerrecht, 8. Auflage, Wiesbaden 2014

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Controlling 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6251 Prüfungsnummer:2500035

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2521

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Studenten sind in der Lage, strategische Entscheidungen von Unternehmen zu evaluieren und implementieren und auf ihrer Basis Steuerungssysteme zu implementieren.

Vorkenntnisse

5299 Internes Rechnungswesen

Inhalt

Das Fach vertieft Fähigkeiten und Kenntnisse zur strategischen Unternehmenssteuerung. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Controlling von Geschäfts- und Unternehmensstrategien, wertorientiertem Controlling, strategischer Frühaufklärung und Performance Measurement-Systemen.

Medienformen

Powerpoint-Presentation, Fallstudien, Übungskript

Literatur

Baum/Coenenberg/Günther: Strategisches Controlling. 5. Aufl. Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 2013.

Detailangaben zum Abschluss

schriftlich

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medientechnologie 2009
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Finanzwirtschaft 3

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6255 Prüfungsnummer:2500033

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2524

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Aufbauend auf den Kenntnissen der betrieblichen Finanzwirtschaft und zu Kapitalmärkten erwerben die Studierenden über die verbreiteten Grundkenntnisse weit hinausgehende Methodenkompetenz auf dem Gebiet der Investitionsbewertung. Sie beherrschen fortgeschrittene Methoden ebenso wie die Lösung spezieller Fragestellungen. Darüber hinaus können sie gewonnene Aussagen aufgrund des fundierten Wissens über die Limitierungen der einzelnen Verfahrens kritisch einschätzen und den Einsatz der verschiedenen Verfahren gegeneinander abwägen. Zusätzlich haben die Studierenden eine besonders hohe Methodenkompetenz in Fragen der Unternehmensbewertung gepaart mit fundiertem Wissen über Anwendungsprobleme. Dies befähigt sie, sich „auf Augenhöhe“ mit Beratern und Spezialisten zu bewegen, die auf diesem zunehmend wichtig werdenden Gebiet die Unternehmen oft in fremdbestimmte Entscheidungen treiben. Die Studierenden erwerben die Kenntnisse und Fertigkeiten für den sicheren und kompetenten Umgang mit der Bewertung von Investitionen – insbesondere auch von Investitionen in ganze Unternehmen – sowohl bei einschlägigen kaufmännischen Tätigkeiten als auch bei der Abbildung der entsprechenden betriebswirtschaftlichen Prozesse in IT-Systemen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit Kenntnissen, wie sie in den Veranstaltungen "Finanzierung und Investition" (betriebliche Finanzwirtschaft) und "Finanzwirtschaft 1" (Kapitalmärkte) vermittelt werden

Inhalt

Investitionsrechnung (Vertiefung):

- Wahlentscheidung mit Kapitalwert und Internem Zins
- optimale Nutzungsdauer und Ersatzentscheidun
- Endwertmethoden, Sollzinssatzmethoden
- Investitionsentscheidungen unter Unsicherheit
- Investitionsprogrammplanung

Unternehmensbewertung:

- Methodenüberblick
- Multiplikatorenmethode (Marktwertansatz)
- Discounted Cashflow-Methoden
- Ertragswertmethode nach aktuellem IDW-Standard

Medienformen

Vorlesungsskript, Übungsskript, Literaturstudium
 Moodle-Kurs Finanzwirtschaft 3

Literatur

Jeweils in der die aktuellsten Auflage:
 Trost, Vorlesungsskript Finanzwirtschaft 3
 zur Investitionsrechnung:

- Blohm/Lüder/Schaefer, Investition, Münche
- Kruschwitz, Investitionsrechnung, Oldenbourg, München
- Perridon/Steiner/Rathgeber, Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen, München

zur Unternehmensbewertung:

- Ballwieser, Unternehmensbewertung, Schäffer-Poeschel
- Damadoran, Investment valuation, Wiley, New York
- Drukarczyk/Schüler, Unternehmensbewertung, Vahlen, München
- Mandl/Rabel, Unternehmensbewertung, Ueberreuter, Wien
- Peemöller, Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, Neue Wirtschafts-Briefe, Herne/Berlin

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
 Master Medienwirtschaft 2014
 Master Medienwirtschaft 2015
 Master Medienwirtschaft 2018
 Master Wirtschaftsinformatik 2014
 Master Wirtschaftsinformatik 2015
 Master Wirtschaftsinformatik 2018
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Finanzwirtschaft 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6256 Prüfungsnummer:2500036

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2524

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Veranstaltung und damit die vermittelten Kompetenzen zerfallen in zwei Teile. Zum einen sind die Studierenden befähigt, Quellen und Erscheinungsformen finanzwirtschaftlicher Risiken im internationalen Wirtschaftsverkehr zu erkennen und die Instrumente für ihr Management zielgerichtet auszuwählen und einzusetzen. Zum anderen können die Studierenden in besonders vertiefter Weise die Möglichkeiten und Grenzen sowohl klassischer Kapitalmarktansätze als auch alternativer Ansätze reflektieren und somit wesentlich fundiertere finanzwirtschaftliche Entscheidungen treffen als Personen ohne dieses Hintergrundwissen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit Kenntnissen, wie sie in den Veranstaltungen "Finanzierung und Investition" (betriebliche Finanzwirtschaft) und "Finanzwirtschaft I" (Kapitalmärkte) vermittelt werden

Inhalt

Internationale Finanzierung:

- Außenhandelsfinanzierung: Auslandszahlungsverkehr und Terms of Payment, Exportfinanzierung
- Devisenhandel: Devisentermingeschäfte, Devisenfutures, Devisenoptionen, Devisenswaps
- Währungsrisikomanagement im Außenhandel

Jenseits der klassischen Kapitalmarkttheorie:

- Klassische Kapitalmarkttheorie: Empirie und Modellmodifikationen
- Faktormodelle und Arbitrage Pricing Theory (APT)
- Neo-institutionalistische Finanzierungstheorie (Principal Agent Theory)
- Behavioral Finance

Medienformen

Vorlesungsskript, Übungsskript, Literaturstudium
 Moodle-Kurs Finanzwirtschaft 4

Literatur

Jeweils in der die aktuellsten Auflage:

Trost, Vorlesungsskript Finanzwirtschaft 4
 Copeland/Weston/Shastri, Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik, Pearson, München
 Franke/Hax, Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, Springer, Berlin et al.
 Goldberg/von Nitzsch, Behavioral Finance, FinanzbuchVerlag, München
 Hull, Optionen, Futures und andere Derivate, Pearson, München
 Jahrmann, Außenhandel, Neue Wirtschaftsbriefe, Herne
 Schmidt/Terberger, Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie, Gabler, Wiesbaden
 Shleifer, Inefficient Markets: An Introduction to Behavioral Finance, Oxford
 Stocker, Management internationaler Finanz- und Währungsrisiken, Gabler, Wiesbaden

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
 Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 5 / 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Englisch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6263 Prüfungsnummer:2500047

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

This course aims at providing extended knowledge on characteristics of services, service production and delivery and services marketing management in various markets, including industrial markets, online markets and the public service sector. The course focuses on defining a service concept, deriving implications for the management of customer interactions, service encounters and service processes. Also, students gain a deeper understanding of service experiences and service quality, related measurements and management instruments to create and sustain valuable service experiences and high-quality services. In this vein, the course provides fundamentals of service innovation and service engineering. Exploring specific attributes of the marketing mix for services, students' ability to apply marketing instruments to different categories of services is enhanced. Lectures and exercises are held in English. Exercises comprise case studies on different strategic and tactical marketing decisions in service markets.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Introduction to Services Marketing
2. Fundamentals of Services Marketing
3. Strategies in Services Marketing
4. The Services Marketing Mix (I): Creating Service Products
5. The Services Marketing Mix (II): Performing Services
6. Service Marketing Research
7. Marketing Services Across Cultures

Medienformen

Moodle course: Marketing 5/1 – Services Marketing (Summer term 2021)

Moodle, PowerPoint, lecture notes, additional digital resources, Online-Wiki

Literatur

- Hoffmann, K. D.; Bateson, J. E. G.; Wood, E. H. (2009): Services Marketing. Concepts, Strategies and Cases, Andover: Cengage Learning;
- Lovelock, C.; Wirtz, J. (2018): Services Marketing, 8. int. ed., Boston: Pearson;
- McDonald. M.; Payne, S.; Frow, P. (2011): Marketing Plans for Services: A Complete Guide. Chichester: Wiley;
- Zeithaml, V. A.; Bitner, M. J.; Gremler, D. D. (2017): Services Marketing. 7. int. ed., London: McGraw Hill.

Detailangaben zum Abschluss

Assignment 1 (40 %): Reflection paper about current developments in services marketing

Assignment 2 (40 %): Case study - analysis and oral presentation (group work)

Assignment 3 (20 %): Contributions to a Service Marketing Wiki on Moodle

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Medientechnologie 2017
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Modul: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre(BWL-Profil 7: 5 aus 20)

TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU**Steuerlehre 4**

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkenn.:Wahlmodul

Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6258

Prüfungsnummer:2500059

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2521																								
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS																	
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester				2	1	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Gegenstand der Lehrveranstaltung sind steuerliche Bilanzfragen. Nach einer kurzen Einführung zur Bilanzpolitik werden die Grundlagen, Grundsätze und Wertbegriffe der Bilanzierung sowie alternative Gewinnermittlungsmethoden erläutert.

Anschließend wird die Bilanzierung der unterschiedlichen Positionen und unterschiedlicher bilanzrelevanter Vorgänge (Kauf/Verkauf eines Unternehmens bzw. eines Mitunternehmeranteils; Einarbeiten von Betriebsprüfungen) anhand von umfangreichen Übungsbeispielen vertieft. Darüber hinaus wird die bilanzsteuerliche Behandlung von Personengesellschaften intensiv diskutiert. Ein weiterer Themenschwerpunkt liegt in der Darstellung der steuerlichen Auswirkungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes. Auf diese Weise werden die Studenten in die Lage versetzt, die Zusammenhänge zwischen Handelsbilanz, Steuerbilanz und außerbilanziellen Maßnahmen zu erkennen und auf dieser Basis betriebswirtschaftlich optimale Entscheidungen zu treffen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Gegenstand und Aufgaben des Bilanzsteuerrechts
2. Einführung in die Bilanzpolitik
3. Allgemeine Rechtsgrundlagen der Steuerbilanz
4. Bilanzsteuerliche Behandlung von Personengesellschaften
5. Steuerliche Auswirkungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes

Die Veranstaltung wird ab dem SS 2017 nicht mehr gelesen und kann somit nicht neu belegt werden. Die Prüfungen für die Wiederholer aber werden noch einige Zeit angeboten.

Medienformen

Beamer, Overhead-Projektor, Tafel, Foliensatz zur Vorlesung und Handout mit Übungsaufgaben im Moodlekurs "Steuerlehre 4"

Literatur

Skriptum des Fachgebiets
Skriptum der DATEV e.G.

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Unternehmensethik

Fachabschluss: Prüfungsleistung mündlich 30 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 101442

Prüfungsnummer:2500209

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):98	SWS:2.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2522							
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
Fach-	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
semester		2 0 0								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die wesentlichen Inhalte verschiedener ethischer Grundhaltungen sowie Konzepte und Instrumente einer moralischen Unternehmensführung. Sie können diese auf unterschiedliche betriebswirtschaftliche Fragestellungen anwenden. Sie können verschiedene unternehmensethische Prinzipien (Nachhaltigkeit, CSR, Corporate Citizenship) in aktors- und prozessorientierte Beziehungsgefüge einordnen und die Verantwortung der verschiedenen Akteure benennen. Die Veranstaltung versetzt die Studierenden zudem in die Lage, unternehmenspraktische Probleme fundiert zu diskutieren und diverse Entscheidungssituation (Fallstudien) abzuwägen.

Vorkenntnisse

Grundlegende Kenntnisse der Unternehmensführung hilfreich, aber nicht zwingend erforderlich.

Inhalt

0. Einführung und organisatorische Hinweise

Teil A: Grundlagen der Ethik

1. Einige Gedankenexperimente zu moralischem Handeln
2. Begriffe und Denkrichtungen

Teil B: Konzeptionelle Grundgedanken zur Unternehmensethik

3. Moralische Aufgaben von Staat, Unternehmen und Managern im Wirtschaftssystem
4. Normative Leitprinzipien und ihre Umsetzung im Managementprozess

Teil C: Ausgewählte Gegenstände ethischer Unternehmensführung

5. Ethisches Personalmanagement
6. Ethisches Produkt- und Innovationsmanagement
7. Ethisches Marketing
8. Ethisches Management in (globalen) Wertschöpfungsketten
(Die Vorlesung wird durch diverse Fallstudien zu den einzelnen Themenfeldern ergänzt.)

Medienformen

Moodle-Kurs: Unternehmensethik (Sommersemester 2021)

begleitendes Skript, ergänzendes Material (zum Download auf Moodle eingestellt)

Literatur

Basisliteratur:

Bak, P.M.: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Stuttgart 2014.

Crane, A./Matten, D.: Business Ethics, 4. ed., Oxford 2016.

Sandel, M.J.: Justice, New York 2010 (oder auf deutsch: Gerechtigkeit, Berlin 2013).

Vertiefende Beiträge (Auswahl):

Carroll, A.: The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders, in: Business Horizons (34) 1991, S. 39–48.

Friedman, M.: The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits, in: New York Times Magazine, 13. September 1970, S. 32–33, 122–126.

Legge, K.: Is HRM ethical? Can HRM be ethical?, in: Parker, M. (Ed.): Ethics and organization, London 1998, S. 150–172.

Weitere Aufsätze, die von den Studierenden vor der jeweiligen Veranstaltung gelesen werden müssen, werden in der Vorlesung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

Form der Abschlussleistung im Sommersemester 2021: Mündliche Prüfungsleistung (30 Minuten) bevorzugt in Präsenz, ggf. via Online-Prüfung

Alternative Form falls die Teilnehmerzahl 50 Studierende deutlich übersteigt: Take Home Exam (Aufsatz).

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Regenerative Energietechnik 2016

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Unternehmensführung 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6265 Prüfungsnummer:2500041

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2525

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Durch die Vorlesung Unternehmensführung 4 "Motivation und Leadership" verstehen die Studierenden, wie Führungskräfte das Leistungsverhalten der Mitarbeiter eines Unternehmens beeinflussen können. Die Studierenden erwerben Fachkompetenzen zu klassischen Motivations- und Führungstheorien sowie zu neueren Ansätzen der Führungslehre, wie dem dem Management von Teams und Shared Leadership. Im Rahmen der begleitenden Fallstudienübung analysieren die Studierenden in Gruppenarbeit Fallbeispiele basierend auf den in der Vorlesung vermittelten theoretischen Grundlagen und wenden das Erlernete praktisch an (Methodenkompetenz, Sozialkompetenz).

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

Ausgangspunkt aller Überlegungen sind das dem Führungsverhalten zugrunde gelegte Menschenbild, das eine Führungskraft von ihren Mitarbeitern hat. Anschließend werden Grundbegriffe der Motivation sowie grundlegende Inhalts- und Prozesstheorien behandelt. Darauf aufbauend werden aus den klassischen Führungstheorien ausgewählte Ansätze in ihrer jeweiligen Fokussierung auf die Eigenschaften der Führungskraft, die Führungssituation und die Führungsbeziehung erläutert. Anschließend werden ausgewählte Theorien der Führung von Gruppen und Teams besprochen und als oberste Aggregationsebene die mikropolitische Sichtweise von Unternehmen und multilaterale Beeinflussungsprozesse diskutiert. Abschließend werden neuere Ansätze der Leadershipforschung, wie z.B. Shared Leadership und Leadership Agility, behandelt.

Medienformen

Lernplattform Moodle, PowerPoint-Folien
 moodle-Kurs: Unternehmensführung 4 - Motivation und Leadership

Literatur

- Bass, B.M. (1985): Leadership and Performance beyond Expectations
- Bass, B.M. (1990): Bass & Stogdill's Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications, 3. Aufl.
- Lieber, Bernd (2011): Personalführung, 2. Aufl.
- Peters, T. (2015): Leadership. Traditionelle und moderne Konzepte
- Stock-Homburg, R. (2013): Personalmanagement, 3. Aufl.
- The SAGE Handbook of Leadership, 2011

Detailangaben zum Abschluss

Ausarbeitung von Fallstudien (50%), schriftliche Ausarbeitung zu Diskussionsfragen (50%)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
 Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
 Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013
 Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Hauptseminar (Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Pflichtmodul Turnus:ganzjährig

Fachnummer: 100767 Prüfungsnummer:2500184

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 6 Workload (h):180 Anteil Selbststudium (h):158 SWS:2.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2524

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							0	2	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, sich wissenschaftlich in einen Themenbereich selbständig einzuarbeiten und die Ergebnisse zu bewerten. Sie können die behandelte Thematik im Rahmen eines freien wissenschaftlichen Vortrags präsentieren und die wesentlichen Erkenntnisse zusammenfassen und darstellen. Mit dem Hauptseminar werden Fach-, Methoden- und Präsentationskompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Lehrveranstaltungen zum gewählten Schwerpunkt des Hauptseminars.

Inhalt

Die Studierenden belegen ein Hauptseminar aus einem der in der wahlobligatorischen Vertiefung vertretenen Lehrgebiete. Die konkreten aktuellen Themenangebote werden von den Fachgebieten semesterweise festgelegt.

Medienformen

- Literaturstudium
- schriftliche Hauptseminararbeit
- mündliche Präsentation wichtiger Inhalte der Hauptseminararbeit
- Diskussion mit den anderen Hauptseminarteilnehmern und den Dozenten

Literatur

Abhängig vom jeweiligem Schwerpunkt und Arbeitsthema des Hauptseminars. Einstiegsliteratur vom jeweiligem Betreuer als Grundlage eigener Literatursuche.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Internationale Rechnungslegung

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6252 Prüfungsnummer:2500053

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2521																								
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS																	
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester																											
				2	1	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Studenten sind in der Lage, einzelne Bilanzierungsprobleme IFRS-konform zu lösen und IFRS-Jahresabschlüsse in Grundzügen zu erstellen.

Vorkenntnisse

5298 Externes Rechnungswesen

Inhalt

Das Fach vertieft Grundlagen der Internationalen Rechnungslegung nach International Financial Reporting Standards (IFRS). Es vermittelt einen Überblick über die unterschiedliche Systematik und Genese der IFRS sowie Instrumente eines IFRS-Abschlusses. Schwerpunktmäßig werden detaillierte Ansatz- und Bewertungsvorschriften für Sachanlage- und Immaterielle Vermögensgegenstände, Impairment, die Bewertung von Vorräten und Fertigungsaufträgen, das Umsatzrealisationskonzept, die Abbildung latenter Steuern und von Erfolgsunsicherheit behandelt. Daneben werden Konzepte zum Enforcement in Deutschland überblicksartig vorgestellt.

Medienformen

Powerpoint-Presentation, Fallstudien, Übungsskript

Literatur

Pellens/Füllbier/Gassen/Sellhorn: Internationale Rechnungslegung. 8. Aufl. Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 2011.

Detailangaben zum Abschluss

schriftlich

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Wirtschaftsinformatik 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Marketing 5 / 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6508	Prüfungsnummer:2500068
------------------	------------------------

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Kerstin Pezoldt

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
							2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über theoretische Erklärungsansätze und Forschungsmethoden zur Lösung von Marketingproblemen von Medienunternehmen, welche vorrangig in dichotomen Absatzmärkten tätig sind und sich im digitalen Transformationsprozess befinden (Methodenkompetenz). Sie werden befähigt, Medienmärkte zu analysieren, theoretisch zu erklären und konzeptionelle Vorschläge für unternehmerische Marketingentscheidungen zu entwickeln. Sie sind in der Lage, strategische und taktische Entscheidungsprozess zu planen, zu prognostizieren, zu steuern und zu kontrollieren (Fachkompetenz). Sie erwerben Kompetenzen zur eigenständigen Anwendung von Forschungsmethoden bei der Analyse der Makro-, Mikro- und Unternehmensumwelt von digitalen Medienunternehmen und deren Ergebnisinterpretation sowie zur eigenständigen Entwicklung und Ausgestaltung einer Marketingkonzeption, die strategische und taktische Implikationen für die marktorientierte Unternehmensführung umfasst. Die Studierenden sind in der Lage, die Auswirkungen kurz-, mittel- und langfristiger Handlungsempfehlungen für Medienunternehmen zu erfassen und können deren Konsequenzen für gegebene Fragestellungen beurteilen (Methodenkompetenz). Sie lösen, präsentieren, diskutieren und bewerten Fallstudien in kleinen Gruppen (Sozialkompetenz).

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss (Marketing 1 und Marketing 2)

Inhalt

Vorlesungsschwerpunkte:

1. Grundlagen des Medien- und Onlinemarketing
2. Medienmärkte
3. Theorien im Medien- und Onlinemarketing
4. Strategische Umweltanalyse und Marketingplanung
5. Grundlagen des Onlinemarketing
6. Leistungspolitik im Rezipientenmarkt
7. Leistungspolitik im Werbemarkt
8. Kommunikationspolitik im Rezipientenmarkt

Medienformen

Moodle, PowerPoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki
Moodle-Kurs: Marketing 5/2 – Medienmarketing (WS 2020/21)

Literatur

- Breyer-Mayländer, T.; Keil, M. (Hrsg.): Kundengewinnung und Kundenbindung bei Presseabonnements, Wiesbaden 2019.
- Breyer-Mayländer, T.; Seeger, C.: Medienmarketing, München 2006.
- Deges, F.: Grundlagen des E-Commerce. Strategien, Modelle, Instrumente, Wiesbaden 2020.
- Dreiskämper, T.: Grundfragen der Medienbetriebslehre: BWL für Medien- und Kommunikationsmanager, Berlin 2018.
- Gläser, M.: Medienmanagement, 3. Aufl., München 2014.
- Karstens, E. ; Schütte, J.: Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten, Wiesbaden 2005.
- Kollmann, T.: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, 7. Aufl., Wiesbaden 2019.

- Kreutzer, R.: Online-Marketing, 2. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing – Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inclusive Facebook-Werbung, 7. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Neuberger, C.: Meinungsmacht im Internet und Digitalstrategien von Medien-unternehmen, Leipzig 2018.
- Olbrich, R.; Schultz, C. D.; Holsing, C.: Electronic Commerce und Online-Marketing. 2. Aufl., Berlin 2019.
- Pezoldt, K.; Sattler, B.: Medienmarketing, Stuttgart 2009.
- Wirtz, B.: Medien- und Internetmanagement, 10. Aufl., Wiesbaden 2019.
- Weinberg, T.; Pahrman, C.; Ladwig, W.: Social Media Marketing, Köln 2014.
- Zydorek, C.: Grundlagen der Medienwirtschaft. Algorithmen und Medienmanagement, Wiesbaden 2018.

Detailangaben zum Abschluss

alternative Prüfungsleistung:

Teilleistung 1 (20%): Textanalyse mit Reflection Paper zu einem vorgegebenen Thema

Teilleistung 2 (30%): Textanalyse mit Ergebnispräsentation

Teilleistung 3 (50%): Bearbeitung einer Fallstudie mit Endpräsentation

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Projektmanagement

Fachabschluss: Prüfungsleistung mündlich 30 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6267 Prüfungsnummer:2500042

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Leistungspunkte: 4 Workload (h):120 Anteil Selbststudium (h):86 SWS:3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet:2522

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden besitzen detaillierte Kenntnisse der Planung, Steuerung, Organisation und des Controllings von Projekten. Sie beherrschen wichtige entscheidungstheoretische Ansätze zur Projektbewertung und können diese auch auf komplexe Auswahlentscheidungen anwenden. Mit dem Instrumentarium der Netzplantechnik sind sie zudem umfassend vertraut und können dabei Netzpläne unterschiedlicher Art modellieren, auswerten und zumindest rudimentär auch optimieren. Durch die Übung werden die Studierenden in die Lage versetzt, die zentralen Instrumente selbstständig anzuwenden und somit die wesentlichen Schritte des Projektmanagements eigenständig zu durchlaufen.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit betriebswirtschaftl. Grundkenntnissen

Inhalt

- Teil A: Konzeptionelle Grundlagen
1. Einführung in das Projektmanagement: Begriffe, Aufgaben und Planungsgegenstände
 2. Projektorganisation und Teammanagement
- Teil B: Ausgewählte Instrumente zur Unterstützung einzelner Phasen verschiedener Projektarten
3. Ist-Analyse und Erhebung wichtiger Anforderungen
 4. Ideenfindung und Lösungsentwurf
 5. Bewertung und Auswahl
- Teil C: Netzplantechnik als Instrument zur Projektplanung und -kontrolle
6. Konzept und grundlegende Typen
 7. Zeitliche Planung und Kontrolle des Projektfortschritts
 8. Kapazitätswirtschaftliche Erweiterungen
 9. Kostenmäßige und finanzplanerische Erweiterungen
 10. Ausgewählte Optimierungsmodelle und Lösungsansätze
 11. Stochastische Erweiterungen

Medienformen

Moodle-Kurs: Projektmanagement (Sommersemester 2021)
 begleitendes Skript, ergänzendes Material (zum Download auf Moodle eingestellt)

Literatur

Lehrmaterial: Skript (PDF-Dateien) auf Moodle2 und im Copy-Shop verfügbar. 2 alte Klausuren auf Homepage verfügbar. Zu den einzelnen Kapiteln wird stets eine Kernliteratur angegeben. Die Veranstaltung basiert dabei auf verschiedenen Lehrbüchern und ergänzenden Literaturbeiträgen. Einen guten Überblick über das Projektmanagement (und hierbei insbesondere die Netzplantechnik) liefern u. a. folgende Bücher:

- Clements, J./Gido, J.: Effective Project Management, 5. A., Canada 2012.
- Corsten, H./Corsten, H./Gössinger, R.: Projektmanagement, 2. A. München 2008.
- Schwarze, J.: Projektmanagement mit Netzplantechnik, 11. A., Herne/Berlin 2014.
- Schwarze, J.: Übungen zur Netzplantechnik, 6. A., Herne/Berlin 2014.
- Zimmermann, J./Stark, C./Rieck, J.: Projektplanung: Modelle, Methoden, Management, 2. A., Berlin et al. 2010.

Detailangaben zum Abschluss

Form der Abschlussleistung im Sommersemester 2021: Schriftliche Prüfungsleistung (90 Minuten)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medientechnologie 2008
Bachelor Medientechnologie 2013
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medientechnologie 2009
Master Medientechnologie 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Regenerative Energietechnik 2016
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Steuerlehre 5

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Deutsch

Pflichtkennz.:Wahlmodul

Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6259

Prüfungsnummer:2500060

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2521							
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
Fach-	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
semester			2 1 0							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die zunehmenden grenzüberschreitenden Aktivitäten und Verflechtungen der Unternehmen stellen zusammen mit der mangelnden internationalen Harmonisierung steuerlicher Vorschriften einerseits neue Anforderungen an die Entscheidungsträger der Unternehmen und deren steuerliche Berater, erschließen diesen aber andererseits auch eine Fülle von Gestaltungsmöglichkeiten. Im ersten Teil der Vorlesung werden zunächst alle innerstaatlichen Normen und die zwischenstaatlichen Vereinbarungen zur Abgrenzung der Steuergewalt eines Staates gegenüber dem Ausland dargestellt. Von besonderer Bedeutung ist in diesem Zusammenhang die Besprechung des OECD-Musterabkommens zur Vermeidung der Doppelbesteuerung auf dem Gebiet der Steuern vom Einkommen und Vermögen. Darauf aufbauend wird die unterschiedliche steuerliche Belastung verschiedener Formen der Auslandstätigkeit eingehend analysiert. Darüber hinaus wird auch die Internationale Steuerplanung durch den Einsatz von Holdinggesellschaften sowie durch Verrechnungspreise ausführlich behandelt. Die entsprechenden Gegenmaßnahmen des Gesetzgebers werden ebenfalls detailliert erläutert. Die Studierenden erlangen aber nicht nur das konzeptionelle Wissen über die Unternehmensbesteuerung im internationalen Kontext, sondern auch die Fähigkeit zur kritischen Analyse der internationalen Unternehmensbesteuerung aus betriebswirtschaftlicher Perspektive wird herausgearbeitet und geschärft.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Gegenstand und Aufgaben der Internationalen Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre
2. Grundlagen der Unternehmensbesteuerung im internationalen Kontext
3. Besteuerung ausgewählter Inbound-Aktivitäten
 - 3.1 Begründung einer inländischen Betriebsstätte
 - 3.2 Beteiligung an einer inländischen Kapitalgesellschaft
4. Besteuerung ausgewählter Outbound-Aktivitäten
 - 4.1 Begründung einer ausländischen Betriebsstätte
 - 4.2 Beteiligung an einer ausländischen Kapitalgesellschaft
5. Erfolgsabgrenzung grenzüberschreitender Aktivitäten
 - 5.1 Erfolgsabgrenzung zwischen Stammhaus und Betriebsstätte
 - 5.2 Erfolgsabgrenzung zwischen Mutter- und Tochterkapitalgesellschaft
6. Kritik zu ausgewählten Aspekten der Unternehmensbesteuerung im internationalen Kontext

Die Veranstaltung wird ab dem SS 2017 nicht mehr gelesen und kann somit nicht neu belegt werden. Die Prüfungen für die Wiederholer aber werden noch einige Zeit angeboten.

Medienformen

Beamer, Overhead-Projektor, Tafel, Foliensatz zur Vorlesung und Handout mit Übungsaufgaben im Moodlekurs "Steuerlehre 5"

Literatur

Brähler, Gernot, Internationales Steuerrecht, 7. Auflage, Wiesbaden 2012

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Unternehmensführung 5

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Englisch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 6266 Prüfungsnummer:2500044

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien		Fachgebiet:2525	

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
							2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

The learning goals of this unit are as follows:

1) Knowledge and understanding

Both disciplines Strategic Management and Entrepreneurship are young disciplines. The former is largely theory driven, while the latter is phenomenon driven and experiential. In this module, we make the attempt to contrast them, but we also try to show how they are complimentary. The first learning goal is to impart a general understanding of Strategic Management and Entrepreneurship and to gain 'up to date' knowledge on selected challenges within both disciplines.

2) Intellectual skills

Being able to think critically and be creative: manage the creative processes in self and others; organise thoughts, analyse, synthesise and critically appraise. This includes the capability to identify assumptions, evaluate statements in terms of evidence, detect false logic or reasoning, identify implicit values, define terms adequately and generalise appropriately.

3) Professional practical skills

Effective performance within team environments and the ability to recognise and utilise individuals' contributions in group processes and to negotiate and persuade or influence others; team selection, delegation, development and management.

4) Transferable (key) skills

Effective two-way communication: listening, effective oral and written communication of complex ideas and arguments, using a range of media, including the preparation of business reports

High personal effectiveness: critical self-awareness, self-reflection and self-management; time management; sensitivity to diversity in people and different situations and the ability to continue to learn through reflection on practice and experience

Vorkenntnisse

Bachelor's degree with a business subject (Wirtschaftsingenieurwesen, Medienwirtschaft, Wirtschaftsinformatik, Betriebswirtschaftslehre, and similar); profound understanding of the English language.

Inhalt

- Unit outline (preliminary):

Entrepreneurship and Innovation

- Entrepreneurship and Economic Growth
- Schumpeterian and Kirzner Opportunities
- The Field of Entrepreneurship
 - What is Strategy?
- History of and Perspectives on Strategy
- Strategy Context, Content, and Process
- Putting strategy in it's place
 - Dominant Perspectives within Strategic Management
- Economizing versus Strategizing
- Market-based View: How much does Industry matter?
- Resource-based View: Really?

- International Management
- Definitions and Drivers of Internationalization and Globalization
- Theories explaining Internationalization
- Managing Multinational Firms
 - Dynamic Capabilities and Timing Strategies
- Dynamic Capabilities and Competitive Advantage
- Managerial Cognition: The fourth Dynamic Capability
- Framework for Resource Orchestration
 - (Digital) Business Models in (Digital) Industry Architectures
 - Of Architectures, Industry, and Organizational Advantage
 - Designing and Innovating Business Models

Medienformen

PowerPoint-Folien, Tafelbild, Skript, Literaturstudium, Case Study Tutorial
moodle-Kurs: Unternehmensführung 5 - Strategic Management and Entrepreneurship

Literatur

- Aldrich, Howard E., and Roger Waldinger. "Ethnicity and entrepreneurship." *Annual Review of Sociology* (1990): 111-135.
- Alvarez, Sharon A., and Lowell W. Busenitz. "The entrepreneurship of resource-based theory." *Journal of Management* 27.6 (2001): 755-775.
- Amit, R. & Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *MIT Sloan Management Review* 53(3), 41-49.
- Baker, Ted, and Reed E. Nelson. "Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage." *Administrative Science Quarterly* 50.3 (2005): 329-366.
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32(10), 1231-1241.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baumol, W. J., 1990, "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", *Journal of Political Economy* 98, 893-921.
- Burgelman, Robert A. "Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study." *Management Science* 29.12 (1983): 1349-1364.
- Conner, Kathleen R. "A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: do we have a new theory of the firm?." *Journal of Management* 17.1 (1991): 121-154.
- Eggers, J. P. & Kaplan, S. (2013). Cognition and capabilities: a multi-level perspective. *The Academy of Management Annals*, 7(1), 295-340.
- Foss, Kirsten, and Nicolai J. Foss. "Resources and transaction costs: how property rights economics furthers the resource-based view." *Strategic Management Journal* 26.6 (2005): 541-553.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Greve, Arent, and Janet W. Salaff. "Social networks and entrepreneurship." *Entrepreneurship Theory and Practice* 28.1 (2003): 1-22.
- Ireland, R. Duane, Michael A. Hitt, and David G. Sirmon. "A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions." *Journal of Management* 29.6 (2003): 963-989.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 74(1), 75-85.
- Kim C. & Mauborgne, R. (2004). Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, 76-84.
- Lounsbury, Michael, and Mary Ann Glynn. "Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources." *Strategic Management Journal* 22.6-7 (2001): 545-564.
- Nelson, Richard R., and Sidney G. Winter. "Evolutionary theorizing in economics." *The Journal of Economic Perspectives* 16.2 (2002): 23-46.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2010): *Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: Wiley. Online: : <http://businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>
- Oviatt, Benjamin M., and Patricia P. McDougall. "Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization." *Entrepreneurship Theory and Practice* 29.5 (2005): 537-554.
- Milgrom, P. & Roberts, J. (1992): *Economics, Organization and Management*. Chapter 5: Bounded rationality and private information.
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.
- Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. (pp. 21-38). *Harvard Business Review*, 21-38.
- Porter, Michael E. "The contributions of industrial organization to strategic management." *Academy of Management Review* 6.4 (1981): 609-620.

- Sarasvathy, Saras D. "Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency." *Academy of Management Review* 26.2 (2001): 243-263.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shelanski, H. A., & Klein, P. G. (1995). Empirical research in transaction cost economics: a review and assessment. *Journal of Law, Economics, & Organization*, 335-361.
- Tirole, Jean. "Cognition and incomplete contracts." *The American Economic Review* 99.1 (2009): 265-294.
- Venkataraman, S., Sarasvathy, S. D., Dew, N., & Forster, W. R. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: Whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. *Academy of Management Review*, 37(1), 21-33.

Additional reading material will be provided in the virtual classroom on moodle2.tu-ilmenau.de and during class!

Detailangaben zum Abschluss

alternative method of assessment

Both individual and group assignments and presentations during class and tutorials (30%); written or oral exam (70%) depending on student numbers. The module can only be passed by obtaining at least a pass (4.0) at each of the four components of the assessment.

Students need to register through the thosca+ system.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013

Master Medienwirtschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2018

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Produktions- und Logistikmanagement 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung mündlich 30 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Wahlmodul Turnus:Sommersemester

Fachnummer: 6264 Prüfungsnummer:2500050

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien		Fachgebiet:2522	

SWS nach	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
semester				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden besitzen detaillierte Kenntnisse zu Fragestellungen kreislaufgerechter Produktion und Innovation, wie sie im Rahmen des Forschungsfelds Kreislaufmanagement (Closed Loop Management bzw. Reverse Logistics) behandelt werden. Sie haben Grundlagen des Kreislaufmanagements (Konzept des Sustainable Development, gesetzliche Rahmenbedingungen) sowie strukturelle und konzeptionelle Besonderheiten des Kreislaufmanagements in Industriebetrieben (Kreislaufmodelle, Recyclingoptionen, kreislaufgerechte Produktinnovationen etc.) erlernt. Sie können zudem spezielle Teilprobleme der Reverse Logistics (Demontageplanung, Sortierungsanalyse, abgestimmte Tourenplanung auf Hin- und Rückweg, Bestandsmanagement in Mehrwegsystemen) analysieren und kennen produktionswirtschaftliche und logistische Modelle und Verfahren zu deren Lösung. Überdies erlangen die Studierenden die Fähigkeit, die in der Vorlesung behandelten Aspekte anhand kleiner Übungsaufgaben (meist alte Klausuraufgaben) und umfassender Fallstudien selbständig anzuwenden.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss mit bwl. Grundkenntnissen

Inhalt

- 0. Einführung und organisatorische Hinweise
- Teil A: Grundlagen und Konzepte des Kreislaufmanagements
- 1. Sustainable Management und Kreislaufwirtschaft
- 2. Kreislaufsysteme und Recyclingformen
 - Fallstudie DSD: Duales System zum Recycling von Verkaufsverpackungen
 - Fallstudie HP: Rückführsysteme für Drucker
- 3. Kreislaufgerechte Produktkonzepte und -innovationen
 - Fallstudie Kärcher: Vermeidungsorientierte Nutzung von Reinigungsgeräten (wird in der Übung behandelt)
- Teil B: Ausgewählte Planungsgegenstände des Kreislaufmanagements
- 4. Demontage von Altprodukten
- 5. Sortierung von Verpackungsabfallgemischen
- 6. Bestandsmanagement in Mehrwegbehältersystemen
 - Fallstudie Brauerei: Bestandsmanagement im Behälterkreislauf
- 7. Tourenplanung in abgestimmten Distributions-/Redistributions-Systemen
- 8. Standortentscheidungen in Recovery Network

Medienformen

Moodle-Kurs: Produktions- und Logistikmanagement 2 (Sommersemester 2021)
 begleitendes Skript, ergänzendes Material (zum Download auf Moodle eingestellt)

Literatur

Lehrmaterial: Skript (PDF-Dateien) auf Homepage und in Copy-Shop verfügbar. Zu den einzelnen Kapiteln wird stets eine Kernliteratur angegeben. Die Veranstaltung basiert dabei auf verschiedenen Literaturbeiträgen; eine komplette Abdeckung durch ein oder einige wenige Lehrbücher ist wegen der Neuartigkeit der Thematik nicht möglich. Einen guten Überblick über verschiedene Fragestellungen des Kreislaufmanagements liefern u.a. folgende Bücher:

- Dyckhoff, H./Lackes, R./Reese, J.: Supply Chain Management and Reverse Logistics, Berlin et al. 2004.
- Dekker, R./Fleischmann, M./Inderfurth, K./Van Wassenhove, L.N.: Reverse Logistics, Berlin et al. 2004.
- Kirchgeorg, M.: Marktstrategisches Kreislaufmanagement, Wiesbaden 1999.

- Souren, R.: Konsumgüterverpackungen in der Kreislaufwirtschaft, Wiesbaden 2002.
- Die beiden letzten alten Klausuren stehen auf der Homepage zum Download bereit.

Detailangaben zum Abschluss

Form der Abschlussleistung im Sommersemester 2021: Schriftliche Prüfungsleistung (90 Minuten)

Alternative Form: Take Home Exam (Aufsatz), insofern coronabedingt eine sPL nicht möglich ist.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018
Master Regenerative Energietechnik 2016
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2009
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2010
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2011
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2018

Modul: Freier Wahlbereich(mind 10 LP)

Modulnummer: 101599

Modulverantwortlich:

Modulabschluss:

Lernergebnisse

Die Studierenden wählen weitere Module aus der BWL, der VWL, dem Recht. Je nach gewählten Fächern werden in unterschiedlichem Ausmaß Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz erworben.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

Modul: Masterarbeit

Modulnummer: 6335

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Joachim Weyand

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden beherrschen ein spezielles Forschungsthema aus der BWL, der VWL, dem Recht oder der Ingenieurwissenschaften. Sie sind in der Lage,

- den Stand der Literatur zu recherchieren, einzuordnen und zu würdigen,
- verschiedene Meinungen und Literaturauffassungen zu identifizieren und zu systematisieren,
- spezielle Teilaspekte einer Themenstellung herauszuarbeiten und zu spezifizieren,
- offene Forschungsfragen zu identifizieren und zu formulieren,
- eine Forschungsfrage nach einer in der Fachdisziplin anerkannten Methode zu bearbeiten und

eigenständige Ergebnisse zu erzielen.

Die Studierenden erwerben die Kompetenzen, die erarbeiteten Fragestellungen und Ergebnisse zu präsentieren und dabei die formalen und inhaltlichen Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens einzuhalten.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Zulassung durch den Prüfungsausschuss

Detailangaben zum Abschluss

Glossar und Abkürzungsverzeichnis:

LP	Leistungspunkte
SWS	Semesterwochenstunden
FS	Fachsemester
V S P	Angabe verteilt auf Vorlesungen, Seminare, Praktika
N.N.	Nomen nominandum, Platzhalter für eine noch unbekannte Person (wikipedia)
Objekttypen lt. Inhaltsverzeichnis	K=Kompetenzfeld; M=Modul; P,L,U= Fach (Prüfung, Lehrveranstaltung, Unit)