

Modulhandbuch

Fakultät Management und Vertrieb

Studiengang Digital Business Psychology

mit Abschluss Master of Arts (M.A.)

Datum der Einführung:	09/2021
Studiengangverantwortlicher:	Prof. Dr. Maren Lay
Erstellungsdatum:	29.09.2022
Workload:	420 UE
SPO:	1

Überblick über die Module des Studiengangs

Modul
M1 Psychologische Aspekte des Managements
M2 Management im Kontext der Digitalisierung
M3 Arbeits- & Forschungsmethoden
M4 Praxisprojekte & Sozialkompetenz
WPI Human Resource Management & Digitalisierung
WPII Vertriebsmanagement & Digitalisierung
M5 Selbstmanagement & Teamentwicklung
M6 Master Thesis

Ziele des Studiengangs Digital Business Psychology

Der Studiengang "Digital Business Psychology" (diBsy) ist ein einzigartiger Masterstudiengang, der den Trend der Digitalisierung aufgreift und in die Schwerpunktbereiche Human Resources und Vertriebsmanagement übersetzt. Ziel ist es zukünftige Führungspersönlichkeiten auszubilden, die den digitalen Wandel modern, intelligent und aktiv mitgestalten. Der Studiengang bereitet Studierende gezielt auf betriebswirtschaftliche und wirtschaftspsychologische Herausforderungen im Kontext der Digitalisierung vor. Er vermittelt aktuelles, wissenschaftlich fundiertes Fachwissen, geht auf Trends ein und unterstützt dadurch die Rolle als HR- und Vertriebsexperte und proaktiver Impulsgeber. Der Studiengang steht Studierenden aller Branchen und Unternehmensgrößen offen.

Grundstudium

Hauptstudium

Modul (übergreifend) 560200 Psychologische Aspekte des Managements

Modul M1.1 560210 Allgemeine- & Sozialpsychologische Aspekte des Managements

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Maren Lay
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Das Modul allgemeine und sozialpsychologische Aspekte des Managements sichert für alle Studierenden unabhängig von deren Ausrichtung des Erststudiums einen grundlegenden Wissensstand in den zentralen Bereichen der Wirtschaftspsychologie. Die Veranstaltungen vermitteln Basiswissen und führen sowohl in individual- als auch sozialpsychologische Ansätze ein, die im weiteren Verlauf des Studiums als Referenz- und Bezugspunkte spezifischer Fragestellungen in HR und Vertrieb verwendet werden.</p> <p>Die Studierenden verfügen über grundlegendes Fachwissen bzgl. zentraler Theorien, Gegenstände, Forschungsfragen und -methoden relevanter wirtschaftspsychologischer Aspekte des Managements. Durch die vertiefenden Lehrveranstaltungen erwerben die Studierenden die Kompetenz, aus ihrem Fachwissen wissenschaftlich fundierte Urteile zu speziellen Fragestellungen der Entwicklungspsychologie, Persönlichkeit, Sozial-, Werbe- und Verkaufspsychologie auch im Bezug zur Digitalisierung abzuleiten.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über allgemeine- und sozialpsychologische Aspekte des Managements für die Erstellung von Handlungsempfehlungen in Unternehmen anzuwenden. Sie können Theorien umsetzen und die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Lehrveranstaltungen und Themengebieten aufdecken.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M1.1.1 560211 Entwicklungspsychologie & Persönlichkeit

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M1.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Developmental Psychology & Personality
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, persönlichkeitspsychologische Grundlagen zu erkennen und daraus Schlüsse für die Anwendung zu ziehen. Sie sind befähigt, entwicklungspsychologische Theorien aufzuführen und psychologische Testergebnisse der Eignungsdiagnostik zu interpretieren. Die Studierenden kennen entwicklungspsychologische Theorien, können sie beschreiben und von alltagspsychologischen Theorien unterscheiden.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über Entwicklungs- und Persönlichkeitspsychologie für die Erstellung von Handlungsempfehlungen in Unternehmen anzuwenden. Sie können Theorien umsetzen und die Zusammenhänge zwischen den zwei Fachgebieten aufdecken. Ferner können sie die Bedeutung für eignungsdiagnostische Analysen ermitteln und Empfehlungen ableiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • In dieser Veranstaltung wird eine Einführung in das Gebiet der entwicklungspsychologischen und persönlichkeitspsychologischen Ansätze in der Psychologie gegeben. • Neben der Klärung von Begriffen und methodischen Zugängen werden entwicklungspsychologische Lerntheorien, kognitive Handlungstheorien, Eigenschaftstheorien, biopsychologische Theorien sowie Bereiche der Intelligenztestung vermittelt. Auch werden eignungsdiagnostische Instrumente vorgestellt und durchgeführt.
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	<p>Durchführung und Interpretation von ausgewählten eignungsdiagnostischen psychologischen Tests</p>
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Kray, J.: Entwicklungspsychologie, Heidelberg</p> <p>Neyer, F.; Asendorpf, J.: Psychologie der Persönlichkeit, Heidelberg</p> <p>Schmitt, M.; Altstötter-Gleich: Differentielle und Persönlichkeitspsychologie kompakt, Weinheim</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Veranstaltung M1.1.2 560212 Sozialpsychologie

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M1.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Social Psychology
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Theorien und Modelle der Sozialpsychologie zu benennen und zu erklären. Sie können die psychologischen Konstrukte und Mechanismen, die Einfluss auf das Erleben und das Verhalten von Einzelpersonen und Gruppen entfalten charakterisieren. Die Studierenden sind befähigt, prosoziales und antisoziales Verhalten zu unterscheiden und zu beschreiben. Ferner können sie sozial-psychologische Fragestellungen im Kontext der Digitalisierung erkennen und daraus Schlüsse für die Praxis ziehen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden erkennen die Bedeutung des sozialen Einflusses und der Gruppenpsychologie und können dessen Relevanz und Anwendbarkeit auf konkrete Sachverhalte bewerten sowie mögliche Lösungsszenarien ableiten. Sie sind zudem in der Lage, die Bedeutung sozialpsychologischer Fragestellungen für konkrete Situationen im Wirtschaftsalltag (z.B. Beurteilungen im Rahmen von Einstellungs- und Leistungsbeurteilungsprozessen, Zusammensetzungen von Teams, Gruppenarbeit) zu ermitteln und entsprechende Handlungsempfehlungen abzuleiten. Ferner sind die Studierenden befähigt, die erworbenen Kenntnisse auf digitale Arbeitsszenarien zu übertragen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Sozialpsychologie • Methoden und Paradigmen der sozialpsychologischen Forschung • Allgemeine Anwendungsfelder der Sozialpsychologie sowie Bezüge zur Digitalisierung • Soziale Kognition: Grundlegende Mechanismen menschlicher Wahrnehmung, Informationsverarbeitung und Verhaltensprozesse • Prosoziales und antisoziales Verhalten • Sozialer Einfluss und Gruppenpsychologie (Leistungshemmnisse und Leistungssteigerung in Teams) • Sozialpsychologie und kulturelle Unterschiede • Einstellung, Beurteilung und Attribution: Selbstbild, Beurteilung von Personen im Wirtschaftsalltag, Gruppenbeurteilungen und Vorurteile.
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Aaronson, E.; Wilson, T.; Akert, R.: Sozialpsychologie Jonas, K.; Stroebe, W.; Hewstone, M.: Sozialpsychologie</p> <p>Pröss, L.: Sozialpsychologie für Einsteiger: Wie unsere Gedanken und Gefühle unser Verhalten in sozialen Interaktionen beeinflussen</p> <p>Werth, L; Denzler, M.; Mayer, J.: Sozialpsychologie. Das Individuum im sozialen Kontext. Wahrnehmen-Denken-Fühlen, Berlin</p> <p>Werth, L.: Psychologie für die Wirtschaft. Grundlagen und Anwendungen, Heidelberg</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M1.1.3 560213 Werbe- & Verkaufspsychologie

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M1.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Advertising & Sales Psychology
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind befähigt, die Theorien und Modelle der Werbe- und Verkaufspsychologie zu benennen und zu erklären. Sie kennen die psychologischen Konstrukte und Mechanismen, die Einfluss auf das Verhalten von Konsumenten entfalten und können die Modelle der Werbewirkung sowie der Kaufentscheidung definieren und auf dieser Basis Werbung analysieren und bewerten. Praxisbezogene Fragen zur Verkaufs- und Werbepsychologie können von den Studierenden interpretiert werden.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über Methoden der Wahrnehmungsmessung (z.B. Eyetracking) anzuwenden. Sie können Kundenprofile und Personas erstellen und diese auswerten sowie die Bedeutung für die Praxis ermitteln und Handlungsempfehlungen konzipieren. Die Studierenden können Einflussmöglichkeiten und Judostrategien zur Einstellungs- und Verhaltensänderung von Kunden analysieren und daraus die Gestaltung von Werbung ableiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Werbe- und Verkaufspsychologie • Soziale Kognition: Grundlegende Mechanismen impliziter und expliziter Wahrnehmung und Informationsverarbeitung sowie Verhaltensprozesse von Kunden • Methoden zur Wahrnehmungsmessung (z.B. Eyetracking) und Erstellung von Kundenprofilen und Personas • Entscheidungs- und Verhaltenspsychologie: Entstehung und Veränderung von Einstellungen, Entscheidungsheuristiken • Beurteilung von Personen im Rahmen von Verkaufsgesprächen • Einflussmöglichkeiten und Judostrategien zur Einstellungs- und Verhaltensänderung von Kunden, Gestaltung von Werbung
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Bänsch, A.: Verkaufspsychologie und Verkaufstechnik</p> <p>Felser, G.: Werbe- und Konsumentenpsychologie, Berlin</p> <p>Pfister, H-R.; Jungermann, H.; Fischer, K.: Die Psychologie der Entscheidung, Berlin</p> <p>Spreer, P.: Psyconversation, Wiesbaden</p> <p>Werth, L.: Psychologie für die Wirtschaft. Grundlagen und Anwendungen, Heidelberg</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul M2.1 560220 Arbeits- & Organisationspsychologische Aspekte des Managements

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Maren Lay
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden erwerben breite und gleichzeitig integrierte Kenntnisse einschließlich der wissenschaftlichen Grundlagen und der praktischen Anwendungen der Arbeits- und Organisationspsychologie. Die Studierenden haben umfassende und detaillierte Kenntnisse zu verschiedenen Ansätzen und Theorien der Motivations-, Führungs- und Organisationspsychologie. Sie lernen u.a. Maßnahmen sog. weicher Faktoren (z.B. Innovationsfähigkeit, Leistung & Motivation) auf den Ebenen des Individuums, des Teams und der Organisation und in deren Verzahnung zu bewerten und zu entwickeln. Darüber hinaus erkennen sie die Notwendigkeit von Veränderungen in Organisationen, können notwendige Umstände analysieren und somit Organisationsstrukturen und Führungskulturen einer kontinuierlichen Verbesserung unterziehen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über arbeits- und organisationspsychologische Aspekte des Managements für die Erstellung von Handlungsempfehlungen in Unternehmen anzuwenden. Sie können Theorien umsetzen und die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Lehrveranstaltungen und Themengebieten aufdecken.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M2.1.1 560221 Motivations- & Führungspsychologie

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M2.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Motivation & Leadership Psychology
Leistungspunkte (ECTS)	3.0, dies entspricht einem Workload von 75 Stunden
SWS	20.0
Workload - Kontaktstunden	20
Workload - Selbststudium	55
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche Motivationsmodelle und -theorien zu benennen und zu erklären. Die Studierenden können moderne Führungshaltungen von klassischen Management-Methoden abgrenzen, diese charakterisieren und Unterschiede und Nutzen erklären. Die Studierenden können Motivstrukturen beschreiben und charakterisieren und daraus praktische Schlüsse ziehen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über Motivations- und Führungsmodelle anzuwenden und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Sie sind in der Lage, Motivationsanalysen durchzuführen, Motivstrukturen- und Konstellationen zu interpretieren sowie entsprechende Implikationen abzuleiten und Führungskonzepte zu konzipieren. Ferner können die Studierenden durch Selbsteinschätzung die Relevanz der eigenen Motivkonstellation für berufliche und persönliche Entscheidungen abschätzen und die Bewertung von Entscheidungen durchführen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	

Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Motivations- und Persönlichkeitspsychologie im Wandel der Zeit <ul style="list-style-type: none"> • Zentrale Motivations- und Führungstheorien • Need & Press Theory nach Murray Bedürfnispyramide nach Maslow • ERG-Theorie nach Adelfer • Zwei-Faktoren-Theorie von Herzberg • Big Three nach McClelland • Big Five nach Costa & McCrae • Motivationsdiagnostik kennenlernen • Psychologische Grundwerkzeuge in der Arbeit mit Motiven
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Becker, F.: Mitarbeiter wirksam motivieren: Mitarbeitermotivation mit der Macht der Psychologie, Berlin</p> <p>Brandstätter, V.; Schüler, J.; Puca, R.M.; Lozo, L.: Motivation und Emotion: Allgemeine Psychologie für Bachelor, Berlin</p> <p>Heckhausen, J.; Heckhausen, H.: Motivation und Handeln, Berlin</p> <p>Landes, M.; Steiner, E.; Wittman, R.; Utz, T.: Führung von Mitarbeitenden im Home-Office. Umgang mit dem Heimarbeitsplatz aus psychologischer und ökonomischer Perspektive, Wiesbaden</p> <p>Rahn, H.J.: Aktuelle Führungspsychologie, Leipzig Schwuchow, K.; Gutmann, J.: HR-Trends 2021: Strategie, Big Data, Diversity, Freiburg</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M2.1.2 560222 Organisationspsychologie

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M2.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Organizational psychology
Leistungspunkte (ECTS)	3.0, dies entspricht einem Workload von 75 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	<p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden verfügen über ein spezialisiertes, integriertes und aktuelles Wissen über die verschiedenen Ziele, Funktionen und Werkzeuge der Organisationspsychologie. Die Studierenden kennen zentrale Organisationstheorien, Grundkonzepte der Aufbau- und Ablauforganisation und können organisationspsychologische Schlüsselbegriffe erläutern. Sie können zudem die mit den verschiedenen Organisationskonzepten verbundenen Vor- und Nachteile beschreiben.</p> <p>Die Studierenden erlangen Erkenntnisse über den Faktor Mensch, dessen Erleben und Verhalten im organisationalen Kontext und verstehen die aktuellen (insbes. durch die Digitalisierung bedingten) Herausforderungen der Organisationsentwicklung und die Notwendigkeit eines zielgerichteten Transformations- und Changemanagements.</p>

Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können organisationspsychologische Kenntnisse auf ihre Relevanz und Anwendbarkeit auf konkrete Sachverhalte prüfen und Lösungsvorschläge ableiten. Sie berücksichtigen dabei verschiedene Rahmenfaktoren sowie Prinzipien bei der Implementierung. Die Studierenden können (u.a. durch Fallstudien) die organisatorischen Herausforderungen von Unternehmen analysieren und werden befähigt, die Kenntnisse auf Szenarien des Digitalen Wandels anzuwenden.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Organisationspsychologie: Begrifflichkeiten, Ziele, Aufgaben, Erfolgsfaktoren. • Organisationstheorien • Analyse von Organisationsstrukturen; Wrap up: Aufbau – und Ablauforganisation • Individual & Gruppenverhalten in Organisationen • Organisationsklima und –kultur • Lernende Organisation und Organisationspsychologie im Wandel: Formen des organisatorischen Wandels, Klassifikation von personenbezogenen und organisationsbezogenen Widerständen, Veränderungsphasen in Organisationen, ausgewählte Handlungsfelder der Organisationsentwicklung und des Changemanagements • Agile Organisation (z.B. Veränderung des Performance Management durch Agile Arbeitsmethoden)
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	

<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Cronenberg, B.: Organisationen digital und resilient transformieren: Ein Kompass zur ganzheitlichen Organisationsentwicklung, Wiesbaden</p> <p>Longmuß, J.; Korge, G.; Bauer, A.; Höhne, B.: Agiles Lernen im Unternehmen, Berlin, Heidelberg</p> <p>Martin, A.: Organizational Behaviour – Verhalten in Organisationen, Stuttgart</p> <p>Mütze-Niewöhner, S.; Hacker, W.; Hardwig, T.; Kauffeld, S.; Latniak, E.; Nicklich, M.; Pietrzyk, U.: Projekt- und Teamarbeit in der digitalisierten Arbeitswelt: Herausforderungen, Strategien und Empfehlungen, Berlin, Heidelberg</p> <p>Negri, C.; Eberhardt, D.: Angewandte Psychologie in der Arbeitswelt, Berlin</p> <p>Nerdinger, F.W.; Blickle, G.; Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Berlin</p> <p>Slogar, A.: Die agile Organisation: Wo anfangen? Wie Mitarebeiter und Führungskräfte begeistern? Wie Strukturen und Strategien anpassen? Stuttgart Vahs, D.: Organisation, Stuttgart</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Modul (übergreifend) 560300 Management im Kontext der Digitalisierung

Modul M1.2 560310 General Management

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Referat
Prüfungsdauer	45
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Saskia-Nicole Reinfuss
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, Managementprozesse im Kontext der Digitalisierung einzuschätzen und Veränderungen, die auf der Digitalisierung (oder auf der Notwendigkeit einer Digitalisierung) beruhen, zu erkennen. Zudem sind sie qualifiziert, den Gedanken der Nachhaltigkeit, ebenso wie den Gedanken ethischen Handelns, dabei zu berücksichtigen und in Lösung- und Handlungsvorschlägen zu integrieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit für ethisches Handeln und Nachhaltigkeit und sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis für innerbetriebliche Handlungskonzepte im Rahmen der Digitalisierung von Unternehmensprozessen anzuwenden. Sie erkennen Ansatzpunkte und Stellschrauben und können mit Hilfe der erlernten Instrumente, Methoden und Theorien entsprechende Konzepte, Handlungsleitfäden und Zusammenhänge beschreiben und gestalten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind dazu befähigt, sich in Managementsituationen professionell und ganzheitlich denkend auf die Herausforderungen der Digitalisierung einzustellen. Sie können in funktions- und hierarchieübergreifend besetzten Teams verantwortlich arbeiten und mit den sich in diesem Zusammenhang stellenden Herausforderungen kompetent umgehen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M1.2.1 560311 Mensch & Ethik

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M1.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	People & Ethics
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können den Begriff und die Ebenen ethischen Denkens darstellen und erklären. Sie sind in der Lage, darauf aufbauend ethische Handlungsbausteine und Instrumente zu beschreiben und auf unterschiedliche Zusammenhänge zu übertragen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, die Modelle und Instrumente ethischen Denkens anzuwenden, -und auf das eigene verantwortungsbewusste Handeln, auf das verantwortungsbewusste Handeln einer Organisation sowie auf das Handeln in einer Organisation zu übertragen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, in Teams verantwortlich zu arbeiten und dabei vorausschauend mit Problemen im Team umzugehen. Sie können ethische Anforderungen argumentativ vertreten und im Team weiterentwickeln.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Ethische Grundbegriffe • Methodik der ethischen Reflexion • Ethisches Handeln und Nachhaltigkeit • Verfahren und Maßstäbe ethischer und nachhaltiger Bewertung
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Schüz, M.: Angewandte Unternehmensethik Werner, Micha H.: Einführung in die Ethik Breuer, U.; Genske, D.: Ethik in den Ingenieurwissenschaften: Eine Annäherung</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M1.2.2 560312 Management zwischen Wandel und Nachhaltigkeit

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M1.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Management Between Change and Sustainability
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, wirtschaftliche Prozesse und Entscheidungen in Unternehmen vor dem Hintergrund von Wandel und Nachhaltigkeit zu beschreiben und zu erklären. Darüber hinaus kennen sie die betrieblichen Implikationen eines nachhaltigen Managements und können daraus Schlüsse für die Praxis ziehen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können Empfehlungen zur bestmöglichen Erfüllung nachhaltiger betrieblicher Zielsetzungen formulieren und ein Nachhaltigkeitsmanagement implementieren. Sie sind in der Lage, ein Unternehmen nachhaltig zu gestalten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind befähigt, in Teams verantwortlich zu arbeiten und dabei vorausschauend mit Problemen im Team umzugehen. Sie können Nachhaltigkeitsanforderungen argumentativ vertreten und im Team weiterentwickeln.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Ziele des Nachhaltigkeitsmanagements für ein Unternehmen • Begriff und theoretische Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements • Operationalisierung des Nachhaltigkeitsmanagements im 3 Säulen-Modell • Einordnung des Nachhaltigkeitsmanagements in die Managementebene des Unternehmens • Skizzieren von nachhaltigen Managementstrategien und Instrumenten zur Umsetzung nachhaltigen Managements • Verflechtungen des Nachhaltigkeitsmanagements mit anderen unternehmerischen Teilstrategien
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	

<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Sofern nicht anders erwähnt, wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Balderjahn, I. (2021): Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten, Konstanz, München</p> <p>Baumast, A.; Pape, J. (Hrsg.) (2013): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, Stuttgart</p> <p>Crane, A. et al. (2019): Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization, Oxford.</p> <p>Ernst, D.; Sailer, U.; Gabriel, R. (Hrsg.) (2021): Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre, Konstanz, München</p> <p>Freimann, J. (2012): Nachhaltige Unternehmensführung. Anforderungen – Erklärungsmodelle – Praxis, in WiSt, H. 9, S. 458-464</p> <p>Hahn, R. (2013): Ethische Grundlagen des betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagements, in: Baumast, A.; Pape, J. (Hrsg.): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, Stuttgart, S. 44-57</p> <p>Hentze, J.; Thies, B. (2012): Unternehmensethik und Nachhaltigkeitsmanagement, Bern, Stuttgart, Wien</p> <p>Ludin, D.; Wellbrock, W. (2019): Betriebswirtschaftliche Implikationen eines nachhaltigen Beschaffungsmanagements, in: Wellbrock, W.; Ludin, D. (Hrsg.): Nachhaltiges Beschaffungsmanagement: Strategien – Praxisbeispiele – Digitalisierung, Berlin, S. 3-16</p> <p>Ludin, D.; Wellbrock, W. (2021): Verbraucherökonomische Grundlagen eines nachhaltigen Konsums, in: Wellbrock, W.; Ludin, D. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum: Best Practices aus Wissenschaft, Unternehmenspraxis, Gesellschaft, Verwaltung und Politik, Berlin, S. 3-14</p> <p>Wellbrock, W.; Ludin, D. (Hrsg.) (2019): Nachhaltiges Beschaffungsmanagement: Strategien – Praxisbeispiele – Digitalisierung, Berlin</p> <p>Wellbrock, W.; Ludin, D. (Hrsg.) (2021): Nachhaltiger Konsum: Best Practices aus Wissenschaft, Unternehmenspraxis, Gesellschaft, Verwaltung und Politik, Berlin</p> <p>Wellbrock, W.; Ludin, D.; Krauter, S. (2020): Nachhaltigkeitscontrolling. Instrumente und Kennzahlen für die strategische und operative Unternehmensführung, Wiesbaden</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Veranstaltung M1.2.3 560313 Management digitaler Wertschöpfungsprozesse

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M1.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Management of Digital Value Creation Processes
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftlich gestützte Konzepte, Theorien, Modelle und Methoden des strategischen Prozessmanagements in Verbindung mit Geschäftsmodellen und Wertschöpfungsarchitekturen zu erläutern und in den Kontext der digitalen Transformation zu positionieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden haben spezialisierte, konzeptionelle und operative Fähigkeiten, um Digitalisierungspotenziale im Rahmen der Prozessoptimierung zu erkennen und die Umsetzung zu planen. Sie können situationsgerecht Lösungsansätze entwickeln und unter Berücksichtigung unterschiedlicher Interessensgruppen in ausgewählten Unternehmensbereichen zur Anwendung bringen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können in Gruppen kooperativ und verantwortlich arbeiten sowie das eigene Kooperationsverhalten in Gruppen kritisch reflektieren.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wertschöpfung als Ziel der Unternehmensführung und Grundlagen wertschöpfungsorientierter Organisationsgestaltung • Veränderung in der Wertschöpfung durch Digitalisierung und Auswirkungen auf das Kerngeschäft • Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsarchitekturen als Rahmen des strategischen Prozessmanagements • Chancen und Risiken digitaler Wertschöpfungsstrukturen • Gestaltung und Implementierung strategischer Wertschöpfungsprozesse • Management digitaler Wertschöpfungsstrukturen entlang der Wertschöpfungskette
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Alter, R.: Strategisches Controlling, München</p> <p>Bach, N. et al.: Organisation: Gestaltung wertschöpfungsorientierter Architekturen, Prozesse und Strukturen, Wiesbaden</p> <p>Hierzer, R.: Prozessoptimierung 4.0. Den digitalen Wandel als Chance nutzen, Freiburg</p> <p>Jung, H. H.; Kraft, P.: Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung, München</p> <p>Osterwalder, A.; Pigneur, Y.: Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken, New York.</p> <p>REFA Bundesverband e.V.: Standardmethoden zur Produktivitätssteigerung und Prozessoptimierung, REFA-Fachbuchreihe Unternehmensentwicklung, Darmstadt</p> <p>Zapp, W.; Ahrens, J.: Von der Prozess-Analyse zum Prozess-Controlling. Analyse – Verfahren – Praxisbeispiele, Wiesbaden</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Modul M2.2 560320 Digitale Transformation

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Referat
Prüfungsdauer	45
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Wanja Wellbrock
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, die Methoden und Werkzeuge im Bereich der digitalen Transformation selbständig anzuwenden und unternehmerisch zielorientierte Entscheidungen zu treffen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind dazu befähigt, sich in konkreten Arbeitssituationen professionell auf generelle Einflussfaktoren der digitalen Transformation einzustellen. Sie können auch in cross-funktional und multinational besetzten Teams verantwortlich arbeiten und mit sich daraus ergebenden Problemen im Team umgehen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	Die Studierenden setzen sich im Modul mit den grundlegenden Aspekten und Herausforderungen der digitalen Transformation auf organisatorischer, rechtlicher und persönlicher Ebene auseinander. Im Fokus stehen hierbei sowohl das Transformations- und Changemanagement als auch die rechtlichen Aspekte einer zunehmenden Digitalisierung. Dabei sind sie befähigt, inhaltliche Aspekte und Theorien zu diskutieren und selbstständig proaktiv Lösungen herbeizuführen. Ein besonderer Fokus liegt auf der praxisnahen Anwendung des erlernten Wissens.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M2.2.1 560321 Transformations- & Changemanagement

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M2.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Transformation & Change Management
Leistungspunkte (ECTS)	3.0, dies entspricht einem Workload von 75 Stunden
SWS	20.0
Workload - Kontaktstunden	20
Workload - Selbststudium	55
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung des Seminars, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind befähigt, Transformations- und Changemanagement in Unternehmen zu erklären und die entsprechenden relevanten Parameter auf persönlicher und organisatorischer Ebene wiederzugeben. Sie können die wesentlichen Aspekte des Transformations- und Changemanagements abgrenzen und erklären. Entscheidende Instrumente des genannten Bereichs können praxisnah eingeordnet und durch bestehende Modelle untermauert werden.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, die Methoden und Werkzeuge des Transformations- und Changemanagements selbständig anzuwenden und unternehmerisch zielorientierte Entscheidungen zu treffen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind dazu befähigt, sich in konkreten Arbeitssituationen professionell auf kulturelle Einflussfaktoren einzustellen. Sie können auch in multinational besetzten Teams verantwortlich arbeiten und mit sich daraus ergebenden Problemen im Team umgehen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7

Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Ursachen und Formen des organisatorischen Wandels • Modelle des organisatorischen Wandels • Grundlagen und Konzepte des Transformations- und Changemanagements • Change-Prozesse als Projekt • Changemanagement als kontinuierlicher Transformationsprozess • Umgang mit Widerstand • Digitale Transformation und Changemanagement • Transformations- und Change-Projekte in der Praxis
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Doppler, K.; Lauterburg, C: Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt a.M.</p> <p>Kotter, J.: Leading Change, München</p> <p>Kraus, G.; Becker-Kolle, C.; Fischer, T.: Change-Management, Berlin</p> <p>Lauer, Th.: Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren, Wiesbaden</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M2.2.2 560322 Rechtliche Aspekte der Digitalisierung

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M2.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Legal Aspects of Digitalization
Leistungspunkte (ECTS)	3.0, dies entspricht einem Workload von 75 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	<p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage, für die Betriebspraxis relevante Rechtsthemen im Kontext der Digitalisierung zu benennen und unter Berücksichtigung fachkundiger Terminologie darzustellen. Sie können die einschlägigen Rechtsgebiete voneinander abgrenzen sowie Querschnittsmaterien als solche identifizieren und in das rechtliche, politische und gesellschaftliche Gesamtgefüge einordnen. Die Studierenden sind darüber hinaus in der Lage, die für die relevanten Rechtsfragen maßgeblichen Grundzüge des deutschen Wirtschaftsprivatrechts in den Bereichen Bürgerliches Recht, Arbeitsrecht, Datenschutzrecht und Recht des geistigen Eigentums zu beschreiben und daraus Schlüsse für die Unternehmenspraxis insbesondere im Bereich Leadership und Compliance zu ziehen.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	<p>Die Studierenden sind befähigt, die maßgeblichen Rechtsnormen für spezifische Fallsituationen in digitalen Arbeitsumfeldern und bei internet- oder KI-basierten Geschäfts- und Produktionsmodellen eigenständig zu identifizieren und auf konkrete Lebenssachverhalte anzuwenden. Sie können aus den hieraus gewonnenen Erkenntnissen rechtliche Risiken für Unternehmen und deren Führungsebenen ableiten und analysieren sowie rechtliche Handlungsempfehlungen und strategische Lösungen entwickeln.</p>

Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, juristische Lösungswege und Ergebnisse argumentativ in der Gruppe zu vertreten. Sie werden befähigt, unterschiedliche Rechtsstandpunkte anzuerkennen und gemeinsam zu diskutieren. Die Auswirkungen rechtlicher Rahmenbedingungen und Wertentscheidungen auf das Unternehmen und seine Mitarbeitenden einerseits und auf Vertragspartner wie Lieferanten und Kunden andererseits werden im Team gemeinsam erschlossen und kritisch beleuchtet.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zum Recht der Digitalisierung • Recht der digitalen Wirtschaft mit Bezügen zum Arbeitsrecht, Datenschutzrecht, Immaterialgüterrecht, IT-Recht, allgemeinem Zivilrecht (insbes. Vertrags-/ Deliktsrecht) • Rechtsthemen im Kontext der Digitalisierung der Arbeitswelt • Rechtliche Anforderungen bei KI-basierten Produkten und Dienstleistungen (Compliance/Haftung) • Rechtlicher Schutz von Innovationen im digitalen Zeitalter
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Arnold, C.; Günther, J.: Arbeitsrecht 4.0 – Praxishandbuch zum Arbeits-, IP- und Datenschutzrecht in einer digitalisierten Arbeitswelt, München</p> <p>Ballestrem, J.; Bär, U.; Gausling, T.; Hack, S.; von Oelffen, S.: Künstliche Intelligenz – Rechtsgrundlagen und Strategien in der Praxis, Wiesbaden</p> <p>Ebers, M.; Heinze, C.; Krügel, T.; Steinrötter B.: Künstliche Intelligenz und Robotik – Rechtshandbuch, München</p> <p>Redeker, H.: IT-Recht, München</p> <p>Sassenberg, T.; Faber, T.: Rechtshandbuch Industrie 4.0 und Internet of Things – Praxisfragen und Perspektiven der digitalen Zukunft, München</p> <p>Ausführliche Hinweise auch zu Aufsatzliteratur erfolgen in der Vorlesung.</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul (übergreifend) 560400 Arbeits- & Forschungsmethoden

Modul M1.3 560410 Forschungsmethoden

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Oliver Schwarz
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Studierende erwerben Kompetenzen, die sie befähigen die statistischen Methoden anzuwenden und einzusetzen, die als Grundlage für eine betriebswirtschaftliche Ausbildung und berufliche Tätigkeit benötigt werden. Insbesondere wird die Befähigung vermittelt, die Erhebung, Aufbereitung und Auswertung einer statistischen Untersuchung zu planen und durchzuführen. Darüber hinaus dient das Modul der Vermittlung der Kenntnisse zu qualitativen Forschungsmethoden.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden verfügen über ein sehr breites Spektrum an quantitativen und qualitativen Methoden zur Bearbeitung komplexer Probleme und Forschungsfragen. Sie können Lösungen erarbeiten und beurteilen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M1.3.1 560411 Grundlagen empirischer Forschung

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M1.3

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Basics of Empirical Research
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die Methoden der Statistik benennen und erklären. Sie sind in der Lage diese Methoden aufzuführen bzw. zu interpretieren und auf betriebswirtschaftliche Anwendungsgebiete zu übertragen und damit entsprechende Rückschlüsse zu ziehen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage für entsprechende Fragestellungen die passenden Methoden auszuwählen und anzuwenden. Anhand der Methoden können die Studierenden ökonomische Problemstellungen lösen und Zusammenhänge erkennen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

<p>Inhalte</p>	<p>Teil A: Deskriptive und Induktive Statistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • (Zweidimensionale) Häufigkeitsverteilung • Lage- und Streuungsmaße • Regression und Korrelation • Zufallsvariablen und Wahrscheinlichkeitsverteilungen <p>Teil B: Grundlagen empirischer Forschung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftstheoretische Grundlagen • Der empirische Forschungsprozess • Messen und Skalieren • Auswahlverfahren
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Eisend, M., Kuß, A.: Grundlagen empirischer Forschung: Zur Methodologie in der Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Galata, R.; Scheid, S.: Deskriptive und Induktive Statistik für Studierende der BWL, Leipzig</p> <p>Quatember, A.: Statistik ohne Angst vor Formeln: das Studienbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, München</p> <p>Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, München</p> <p>Stier, W.: Empirische Forschungsmethoden</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Veranstaltung M1.3.2 560412 Qualitative Forschungsmethoden

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M1.3

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Qualitative Research Methods
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	<p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, Methoden der qualitativen Forschung, insbesondere der qualitativen Sozialforschung zu verstehen und Resultate qualitativ orientierter Arbeiten adäquat zu interpretieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, Methoden der qualitativen Forschung, insbesondere der qualitativen Sozialforschung adäquat anzuwenden und aus dieser Anwendung Resultate für die eigene empirische Arbeit und die Beurteilung von qualitativen Analysen anderer Forscher zu generieren.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über die verschiedenen qualitativen Methoden (z.B. Grounded Theory nach Strauss) • Praktische Übungen mit ausgewählten Methoden und Datenanalysen der qualitativen Sozialforschung • Eigenständige Auseinandersetzung mit praxisnahen Studien qualitativer Sozialforschung

Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Lamnek, S.; Krell, C.: Qualitative Sozialforschung Strauss, A. L.: Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Datenanalyse und Theoriebildung in der empirischen und soziologischen Forschung, München</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M1.3.3 560413 Quantitative Forschungsmethoden

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M1.3

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Quantitative Research Methods
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden erlernen die wichtigsten Methoden der empirischen Wirtschaftsforschung und sind in der Lage die Methoden in den jeweiligen Anwendungskontext einzuordnen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können das erlernte Wissen eigenständig auf betriebswirtschaftlichen Problemstellungen anwenden. Dabei werden sie in die Lage versetzt, eigenständig ökonomische Modelle zu entwickeln.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Business Understanding, Data Understanding & Data Preparation • Konfidenzintervalle und Hypothesentests • Varianzanalyse • Multiple Regressionsanalyse
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	

Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Backhaus, K.; Erichson, B.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden, Berlin</p> <p>Chapman, C.; McDoneell Feit, E.: R for Marketing Research and Analytics, Cham</p> <p>Greene, W.H.: Econometric Analysis, Harlow</p> <p>Mia, A.Q.: Applied Statistics für Social and Management Sciences, Singapore</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul M2.3 560420 Digitale Methoden

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Referat
Prüfungsdauer	45
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Oliver Schwarz Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Raeder
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Aufbauend auf dem Modul Forschungsmethoden werden die Studierenden in das Themengebiet der Künstlichen Intelligenz und des maschinellen Lernens eingeführt. Verschiedene Algorithmen werden vorgestellt und deren Einsatzbereiche diskutiert.</p> <p>Außerdem wird die Umsetzung der Algorithmen in Software anhand verschiedener Softwaretools dargestellt.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die korrekte Anwendung der Methoden wird mit Hilfe von Softwarepaketen geübt und die Studierenden werden in die Lage versetzt, eigenständig digitale Methoden anzuwenden sowie eigene Modelle zu entwickeln.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M2.3.1 560421 Digital Analytics

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M2.3

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Digital Analytics
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von 125 Stunden
SWS	20.0
Workload - Kontaktstunden	20
Workload - Selbststudium	105
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden erlernen die wichtigsten Methoden der Künstlichen Intelligenz und des maschinellen Lernen und sind in der Lage, je nach dem jeweiligen Anwendungskontext, die adäquaten Algorithmen zu identifizieren und anzuwenden.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können das erlernte Wissen eigenständig auf betriebswirtschaftlichen Problemstellungen anwenden.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	

<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Burger, S. V: Introduction to Machine Learning with R, Rigorous Mathematical Modeling, Sebastopol CA</p> <p>Hair, J.F.: Multivariate Data Analysis, Harlow</p> <p>James, G.; Witten D.; Hastie T.; Tibshirani, R: An Introduction to Statistical Learning with Applications in R, New York</p> <p>Joshi, Ameet V.: Machine Learning and Artificial Intelligence, Cham</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Veranstaltung M2.3.2 560422 Collaborative Work

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M2.3

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Collaborative Work
Leistungspunkte (ECTS)	1.0, dies entspricht einem Workload von 25 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	15
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden werden in das Themengebiet der Collaborative Work eingeführt und erwerben Kompetenzen, um die zugrundeliegenden Konzepte anzuwenden.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können das erlernte Wissen eigenständig auf betriebswirtschaftliche bzw. IT-bezogene Problemstellungen anwenden.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7

Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Zusammenarbeit • Theorien in der Zusammenarbeit • Unterstützung der Zusammenarbeit • Ebenen der Collaborative Work <ul style="list-style-type: none"> • Collaboration Goals • Group Products • Group Activities • Group Procedures • Collaboration Tools • Collaborative Behaviors
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Anslow, C.; Campos, P.; Jorge, J. (Ed.): Collaboration Meets Interactive Spaces, Cham</p> <p>De Visch, J.; Laske O.: Practices of Dynamic Collaboration - A Dialogical Approach to Strengthening Collaborative Intelligence in Teams, Cham</p> <p>Filip, F.G.; Zamfirescu, C.-B.; Ciurea, C.: Computer-Supported Collaborative Decision-Making, Cham</p> <p>Leimeister, J.M.: Collaboration Engineering - IT-gestützte Zusammenarbeitsprozesse systematisch entwickeln und durchführen, Berlin</p> <p>Mitev, N.; Aroles J.; Stephenson, K.A.; Malaurent, J. (Ed.): New Ways of Working - Organizations and Organizing in the Digital Age, Cham</p> <p>Song, Y.; Grippa, F.; Gloor, P.A.; Leitão, J. (Ed.): Collaborative Innovation Networks - Latest Insights from Social Innovation, Education, and Emerging Technologies Research, Cham</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul (übergreifend) 560500 Praxisprojekte & Sozialkompetenz

Modul M1.4 560510 Praxisprojekt & Wissenschaftliches Arbeiten

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	Semester
SWS	20.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	45
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Maren Lay
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Das Praxisprojekt dient dem Transfer von theoretisch-fachlichem Wissen in die Berufspraxis der Studierenden. Im Unternehmen können die Studierenden anschließend das erlernte Wissen auf aktuelle Problemstellungen übertragen. Durch die eigenständige Bearbeitung von Projekten erwerben die Studierenden Kompetenzen, die sie persönlich und fachlich weiterentwickeln und für zukünftige Führungsaufgaben qualifizieren. In Zusammenarbeit mit einem Betreuer der Hochschule reflektieren die Studierenden ihre wissenschaftlichen Methoden. Zudem erhalten die Studierenden im ersten Praxisprojekt einen grundlegenden, exemplarischen Einblick in wissenschaftliche Arbeitsweisen (siehe M 1.4.1).
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, sich in ein Fachgebiet des Studienprogramms sowie die daraus resultierenden Aufgabenstellungen einzuarbeiten. Sie beherrschen den Transfer methodischen Wissens in konkrete betriebliche Aufgabenstellungen und verstehen es, ihre Erkenntnisse sowohl kritisch zu hinterfragen als auch zielgerichtet und entscheidungsreif zu präsentieren. Sie beherrschen die Informationsbeschaffung über Organisationsgrenzen hinweg. Zudem sind die Studierenden in der Lage, ein praktisches Thema wissenschaftlich einzuordnen und nach wissenschaftlichen Standards zu bearbeiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können sich in Unternehmensnetzwerken bewegen um Zugang zu den für sie relevanten Informationen zu erhalten. Sie lernen dadurch auch interdisziplinäres Arbeiten. Sie knüpfen dabei neue strategische Kontakte innerhalb des Unternehmens und verschaffen sich so auch einen langfristigen Vorteil für zukünftiges Arbeiten. Die Studierenden sind zudem in der Lage, eine wissenschaftliche Arbeit zu planen, das notwendige Wissen zu recherchieren, aufzubereiten und schriftlich darzustellen.

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden können selbständig in einer limitierten Zeit relevante Informationen zusammentragen, filtern, bewerten, daraus Handlungsempfehlungen ableiten und diese überzeugend schriftlich darstellen sowie mündlich vortragen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	Die Prüfer/innen der Präsentationen sind als Führungskräfte des jeweiligen Unternehmens zu sehen, für welches die Projektarbeit gelten sollen. Die Studierenden sollen im Rahmen der Präsentationen erstmalig ihr Unternehmensumfeld vorstellen. Der zusätzliche Kompetenzerwerb liegt in der ersten Projektarbeit auf dem wissenschaftlichen Arbeiten.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M1.4.1 560511 Praxisprojekt & Wissenschaftliches Arbeiten

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M1.4

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Practical Project & Scientific Work
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von 125 Stunden
SWS	20.0
Workload - Kontaktstunden	20
Workload - Selbststudium	105
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, eine wissenschaftliche Arbeit adäquat zu gliedern. Sie können wissenschaftlich korrekt mit Quellen umgehen und grundlegende Forschungsmethoden unterscheiden und – soweit relevant – anwenden. Sie sind insbesondere in der Lage, ein praktisches Thema wissenschaftlich einzuordnen, adäquate Theorien/Modelle zu finden, das Thema mit Hilfe dieser Theorien/Modelle zu analysieren und zu strukturieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, eine wissenschaftliche Arbeit zu planen, das notwendige Wissen zu recherchieren, aufzubereiten und schriftlich darzustellen. Sie können zwischen Information und Meinung bzw. kritischer Würdigung differenzieren.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden erstellen eine wissenschaftlich fundierte Arbeit und wenden dabei die theoretisch erlernten Methoden und Kenntnisse an. Sie sind dadurch in der Lage, ein komplexes Thema zu analysieren, zu strukturieren und adressatengerecht schriftlich und mündlich darzustellen.

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden können aktuelle Forschungsansätze selbstständig bewerten und auf konkrete eigene Fragestellungen anwenden. Für im Forschungsprozess auftretende Probleme können sie anhand eigener Recherchen eigenständige Ansätze entwickeln.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	Die wissenschaftliche Projektarbeit: <ul style="list-style-type: none"> • Grundprinzipien wissenschaftlichen Arbeitens • Wissenschaftlicher Arbeitsprozess • Inhaltliche Gestaltung und Strukturierung • Formale Gestaltung • Zitierweise von Literaturquellen • Materialauswahl und -auswertung • Ergebnisgestaltung • Kriterien zur Beurteilung wissenschaftlicher Arbeiten
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Hochschule Heilbronn: Satzung zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis“ der Hochschule Heilbronn Malms, I. (Hrsg.): Erfolgreiche Abschlussarbeiten, Wiesbaden Stickel-Wolf, C.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul M2.4 560520 Praxisprojekt & Präsentationstechniken

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	20.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	45
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Maren Lay
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Im Praxisprojekt wird ein direkter Wissenstransfer in das Unternehmen der Studierenden geschaffen. Das vermittelte theoretisch# fachliche Wissen aus den Lehrveranstaltungen wird auf aktuelle Problemstellungen aus dem Unternehmen übertragen. Durch die Übernahme von relevanten Projekten qualifizieren sich die Studierenden bei ihren Arbeitgebern für Aufgaben in diesen Bereichen und tragen damit zur eigenen Entwicklung im Hinblick auf Führungsaufgaben bei. Zur eigentlichen Bearbeitung kommt die wissenschaftlich methodische Reflexion mit dem Hochschulbetreuer dazu.</p> <p>Zudem erhalten die Studierenden im zweiten Praxisprojekt einen grundlegenden Einblick in das Thema Präsentationstechniken (siehe M 2.4.1)</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	<p>Die Studierenden arbeiten sich in eine neue Aufgabenstellung ein, die aus einem Fachgebiet des Studienprogramms stammt. Sie beherrschen den Transfer methodischen Wissens in konkrete betriebliche Aufgabenstellungen und verstehen es, ihre Erkenntnisse sowohl kritisch zu hinterfragen als auch auf den Punkt gebracht und entscheidungsreif zu präsentieren. Sie beherrschen die Informationsbeschaffung über Organisationsgrenzen hinweg.</p> <p>Neben der theoretischen Vermittlung aller relevanten Aspekte der Präsentationstechniken, üben die Studierenden Präsentationstechniken.</p>
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	<p>Die Studierenden können sich in Unternehmensnetzwerken bewegen um Zugang zu den für sie relevanten Informationen zu erhalten. Sie knüpfen dabei neue Kontakte im Unternehmen und erhalten dadurch eine erhöhte Aufmerksamkeit.</p> <p>Die Studierenden sind zudem in der Lage, ihre Arbeit adäquat und adressatengerecht zu präsentieren.</p>

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage, eigene und fremd gesetzte Lern- und Arbeitsziele zu reflektieren, bewerten, selbstgesteuert zu verfolgen und zu verantworten sowie Konsequenzen für die eigenen Arbeitsprozesse in der Individualarbeit oder im Team zu ziehen. Die Studierenden können ihre Ergebnisse und abgeleiteten Handlungsempfehlungen überzeugend präsentieren.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M2.4.1 560521 Praxisprojekt & Präsentationstechniken

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M2.4

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Practical Project & Presentation Techniques
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von 125 Stunden
SWS	20.0
Workload - Kontaktstunden	20
Workload - Selbststudium	105
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen Ansätze und Instrumente zur Planung, Durchführung, Bewertung und Reflexion einer Präsentation.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden verfügen über ein breites Repertoire an Präsentationstechniken, die sie entsprechend der Thematik, Zielgruppe sowie zeitlicher und organisatorischer Rahmenbedingungen anpassen und in ein Gesamtkonzept zusammenführen können. Zudem sind die Studierenden in der Lage, mit speziellen Herausforderungen (z.B. Lampenfieber) professionell umzugehen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden üben in Einzel- und Gruppenpräsentationen und geben sich gegenseitig Feedback zur Verbesserung.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden identifizieren mit Hilfe des Feedbacks ihre persönlichen Stärken und Schwächen und entwickeln Ansätze zur individuellen Verbesserung der Präsentationstechnik.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7

Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationstheoretische Grundlagen • Psychologische Grundlagen • Methodische Grundlagen und Werkzeuge erfolgreicher Präsentationen und Diskussionen • Stringenz und Struktur im Aufbau der Präsentation • Formale Qualität der Folien, Qualität und Zuverlässigkeit der Quellen
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Flume, P.: Die Kunst der Kommunikation. In Gesprächen und Vorträgen überzeugen, Freiburg</p> <p>Schulenburg, N.: Exzellent präsentieren: Die Psychologie erfolgreicher Ideenvermittlung – Werkzeuge und Techniken für herausragende Präsentationen, Berlin</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul M3.4 560530 Praxisprojekt & Moderationstechniken

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	20.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	45
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Maren Lay
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Im Praxisprojekt wird ein direkter Wissenstransfer in das Unternehmen der Studierenden geschaffen. Das vermittelte theoretisch# fachliche Wissen aus den Lehrveranstaltungen wird auf aktuelle Problemstellungen aus dem Unternehmen übertragen. Durch die Übernahme von relevanten Projekten qualifizieren sich die Studierenden bei ihren Arbeitgebern für Aufgaben in diesen Bereichen und tragen damit zur eigenen Entwicklung im Hinblick auf Führungsaufgaben bei. Zur eigentlichen Bearbeitung kommt die wissenschaftlich methodische Reflexion mit dem Hochschulbetreuer dazu.</p> <p>Zudem erhalten die Studierenden im dritten Praxisprojekt einen grundlegenden Einblick in das Thema Moderationstechniken (siehe M 3.4.1).</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	<p>Die Studierenden arbeiten sich in eine neue Aufgabenstellung ein, die aus einem Fachgebiet des Studienprogramms stammt. Sie beherrschen den Transfer methodischen Wissens in konkrete betriebliche Aufgabenstellungen und verstehen es, ihre Erkenntnisse sowohl kritisch zu hinterfragen als auch auf den Punkt gebracht und entscheidungsreif zu präsentieren. Sie beherrschen die Informationsbeschaffung über Organisationsgrenzen hinweg.</p> <p>Neben der theoretischen Vermittlung aller relevanten Aspekte der Moderationstechniken, üben die Studierenden Moderationstechniken.</p>
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	<p>Die Studierenden können sich in Unternehmensnetzwerken bewegen um Zugang zu den für sie relevanten Informationen zu erhalten. Sie knüpfen dabei neue Kontakte im Unternehmen und erhalten dadurch eine erhöhte Aufmerksamkeit.</p> <p>Die Studierenden sind zudem in der Lage, ihre Arbeit adäquat und adressatengerecht zu präsentieren und Gesprächsrunden zu moderieren.</p>

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage, eigene und fremd gesetzte Lern- und Arbeitsziele zu reflektieren, bewerten, selbstgesteuert zu verfolgen und zu verantworten sowie Konsequenzen für die eigenen Arbeitsprozesse in der Individualarbeit oder im Team zu ziehen. Die Studierenden können ihre Ergebnisse und abgeleiteten Handlungsempfehlungen überzeugend präsentieren und Diskussionen selbständig moderieren.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	Die Prüfer/innen der Präsentationen sind als Führungskräfte des jeweiligen Unternehmens zu sehen, für welches die Projektarbeit gelten sollen. Die Studierenden sollen im Rahmen der Präsentationen erstmalig ihr Unternehmensumfeld vorstellen. Der zusätzliche Kompetenzerwerb liegt in der dritten Projektarbeit auf den Präsentationstechniken.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M3.4.1 560531 Praxisprojekt & Moderationstechniken

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M3.4

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Practical Project & Moderation Techniques
Leistungspunkte (ECTS)	5.0, dies entspricht einem Workload von 125 Stunden
SWS	20.0
Workload - Kontaktstunden	20
Workload - Selbststudium	105
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen Ansätze und Instrumente zur Planung, Durchführung und Nachbetrachtung einer Moderation. Dies beinhaltet das Wissen über Gründe und Zusammenhänge „störender Faktoren“.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden verfügen über ein breites Repertoire an Moderationstechniken, die sie entsprechend der Thematik, Zielgruppe sowie zeitlicher und organisatorischer Rahmenbedingungen anpassen und in ein Gesamtkonzept zusammenführen können. Zudem sind die Studierenden in der Lage, mit speziellen Herausforderungen (unklare Auftragsstellung, Störungen) professionell umzugehen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden üben Moderationen und geben sich gegenseitig Feedback zur Verbesserung. Sie sind in der Lage, professionell über Gefühle, Eindrücke und Erfahrungen des Einzelnen oder sich selbst zu sprechen und persönliches, konstruktives Feedback anzunehmen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden identifizieren mit Hilfe des Feedbacks ihre persönlichen Stärken und Schwächen und entwickeln Ansätze zur individuellen Verbesserung der Moderationstechnik.

Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<p>Funktionen und Ziele der Moderation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ursprung und Ressourcen von Konflikten • Eskalation und ihre Entwicklung • Strukturelle Veränderungen bei Eskalationen • Moderationstechniken • Gruppenübungen
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Rubin, J. Z.; Pruitt, D. G.; Kim, S. H.: Social Conflict. Escalation, Stalemate, and Settlement, New York, NY, England</p> <p>Malorny, C.; Langner, M. A.: Moderationstechniken: Werkzeuge für die Teamarbeit, München</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul (übergreifend) 560600 Human Resource Management & Digitalisierung

Modul WPI3.1 560610 HR Transformation

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Referat
Prüfungsdauer	45
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Gary
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die zentralen Elemente einer HR-relevanten Transformationen zu erkennen und daraus Schlüsse für den Umgang mit den Herausforderungen im HR Management zu ziehen. Die Studierenden kennen aktuelle New Work-Ansätze, zukunftsweisende HR Strategien und können Digitalisierungsansätze für das HR Management beschreiben.</p> <p>Die Studierenden sind befähigt, die zentralen Elemente einer Employee Journey zu benennen und die Besonderheiten von digitaler Kommunikation zu erklären. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Mitarbeiterbedürfnisse sowie Umweltentwicklungen zu analysieren, Trends und Arbeitsmarktdynamiken zu antizipieren</p> <p>Sie verfügen über ein umfassendes, dem aktuellen wissenschaftlichen Stand adäquates Wissen zu Fragen der Trendforschung. Die Studierenden sind zudem in der Lage, Trends zu erkennen, zu benennen und zu erklären. Darüber hinaus können sie Schlüsse für das HR Management ziehen.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	<p>Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über modernes HR Management für die Erstellung von HR-Strategien anzuwenden und eine HR-Konzeption auszuarbeiten.</p> <p>Die Studierenden sind zudem befähigt, empirische und praxisorientierte Fragestellungen im HR Management kritisch zu analysieren und sind gleichzeitig in der Lage, Handlungsalternativen für die Praxis abzuleiten und diese im Plenum zu vertreten.</p>
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	<p>Die Studierenden können im Rahmen der Veranstaltungen Arbeitsergebnisse in Bezug auf HR relevante Transformationen, digitale HR-Kommunikation und HR-Trendthemen gemeinsam erarbeiten und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse insbesondere in Form von Präsentationen vertreten.</p>
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	

Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPI3.1.1 560611 New Work & Human Resource Strategies

Diese Veranstaltung ist im Modul WPI3.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	New Work & Human Resource Strategies
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	<p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden verfügen über ein umfassendes, theoretisch fundiertes und aktuelles Wissen zum Thema New Work. Sie sind in der Lage, die Notwendigkeit für New-Work-Strukturen zu erkennen und abzugrenzen, sowie adäquate Schlussfolgerungen für das Personalmanagement zu ziehen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, aktuelle Entwicklungen im Bereich New Work zu erkennen und auf Basis wissenschaftlicher Quellen zu analysieren. Sie sind in der Lage, die notwendigen Veränderungen für das Personalmanagement zu benennen und die entsprechenden Methoden und Systeme anzupassen bzw. zu entwickeln.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen der Veranstaltung Arbeitsergebnisse gemeinsam erarbeiten und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse vertreten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7

<p>Inhalte</p>	<p>In der Veranstaltung werden insbesondere aktuelle Entwicklungen auf Basis der folgenden Inhalte behandelt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ursprung des Begriffes New Work <ul style="list-style-type: none"> • Thesen von Bergmann • Wertewandel • Aktuelles Verständnis von New Work • Organisatorische Änderungen als Konsequenz aus New Work <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau-, Ablauf- und Arbeitsorganisation • Organisationskultur • Neue Organisationsmodelle • Wissenschaftliche Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> • Systemische Organisationsstheorie • Betriebswirtschaftslehre und Ökonomie • Anforderungsänderungen <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen und Unternehmer • Führungskräfte • Mitarbeiter*innen • Arbeitnehmervertreter • Auswirkungen auf das HRM <ul style="list-style-type: none"> • HR Rolle • HR Aufgaben und -Systeme
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Berhendt, B.; Brohm-Badry, M.: New Work: Souveränität im postdigitalen Zeitalter, Wiesbaden</p> <p>Bergmann, F.: New Work, new Culture</p> <p>Grubendorfer, C.: Einführung in systemische Konzepte der Unternehmenskultur, Heidelberg</p> <p>Hofmann, J.; Piele A., Piele C.: New Work – Best Practices und Zukunftsmodelle, o.J., Stuttgart</p> <p>König, E.; Volmer, G.: Einführung in das systemische Denken und Handeln, Weinheim</p> <p>Simon, Fritz B.: Einführung in die systemische Organisationstheorie, Heidelberg</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Veranstaltung WPI3.1.2 560612 Employee Journey & Digital Communication

Diese Veranstaltung ist im Modul WPI3.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Employee Journey & Digital Communication
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 10 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	<p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, die zentralen Elemente einer Employee Journey zu benennen und die Besonderheiten von digitalen Formaten in der arbeitgeberbezogenen Kommunikation zu erklären. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Kundenbedürfnisse sowie Umweltentwicklungen zu analysieren, Trends und Marktdynamiken zu antizipieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ein Employee Journey Mapping zu konzipieren und durchzuführen. Sie können mit Hilfe der Kontaktpunktanalyse und Ansätzen des Design Thinking eine arbeitgebermarkenkonforme Employee Experience gestalten und umsetzen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen der Veranstaltung Arbeitsergebnisse in Bezug auf die digitalen Kommunikationsformate im HR gemeinsam erarbeiten, kontrovers diskutieren und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse insbesondere in Form von Präsentationen vertreten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	

Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Auswirkungen der Megatrends, insb. der Digitalisierung, auf das Personalmanagement. • Employee Experience Zentrierung: <ul style="list-style-type: none"> • Candidate & Employee Journey • Vom Personalmarketing zum Candidate Experience Management • Gestaltung eines Employee Experience Managements (EEM): <ul style="list-style-type: none"> • Mapping mit Hilfe der Touchpoint-Analyse und Design Thinking • Verankerung von Arbeitgeberwerten • Bedeutung der Führungskräfte • Bedeutung der digitalen Kommunikation im EEM • Bedeutung der Employee Experience auf Arbeitszufriedenheit, Mitarbeitercommitment und –bindung. • Weiterentwicklung zum Employer Brand Experience Management.
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Sofern nicht anders erwähnt, wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Petry, T.; Jäger, W. (2018/Hrsg.): Digital HR: smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, Freiburg</p> <p>Ruf, M. (2019): Personalmanagement 4.0, in: Erner, M. (Hrsg.), Management 4.0: Unternehmensführung im Zeitalter der Digitalisierung, Wiesbaden, S. 349-387</p> <p>Ruf, M. (2019): Employer Branding als Instrument zur Organisationsentwicklung, in: Laske, St.; Orthey, A.; Schmid, M. (Hrsg.): PersonalEntwickeln, Beitrag 5.138, Köln, S. 1-26</p> <p>Schwuchow, K.; Gutmann, J. (2020): HR-Trends 2021: Strategie, Big Data, Diversity, Freiburg</p> <p>Verhoeven, T. (2020): Digitalisierung im Recruiting: wie sich Recruiting durch künstliche Intelligenz, Algorithmen und Bots verändert, Wiesbaden</p> <p>Verhoeven, T. (2016): Candidate Experience. Ansätze für eine positiv erlebte Arbeitgebermarke im Bewerbungsprozess und darüber hinaus, Wiesbaden</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPI3.1.3 560613 HR Trends

Diese Veranstaltung ist im Modul WPI3.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	HR Trends
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind befähigt, Trends des HR-Managements und deren Einfluss zu verstehen, zu beurteilen und Maßnahmen zur Gestaltung und Steuerung von HR-Prozessen in Unternehmen zu finden. Durch die Bearbeitung empirischer und/oder praxisorientierter Fragestellungen erhalten die Studierenden einen vernetzten Blick auf zukünftige Entwicklungen im HR-Bereich und deren Umsetzung im Unternehmen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, empirische und praxisorientierte Fragestellungen im Personalmanagement kritisch zu analysieren und sind gleichzeitig in der Lage, Handlungsalternativen für die Praxis abzuleiten und diese im Plenum zu vertreten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen der Veranstaltung Ergebnisse zu Personalmanagementthemen gemeinsam erarbeiten. Die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse können insbesondere in Form von Präsentationen vertreten und anschließend über Fragestellungen zum Thema diskutiert und evaluiert werden.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	

Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<p>Im Seminar werden Trends mit besonders hoher Wirkung auf das Personalmanagement aufgegriffen und im Rahmen empirischer und praxisorientierter Fragestellungen und Projekte behandelt.</p> <p>Beispielhafte Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Predictive & People Analytics • Future Work • Employee Centricity • Agile Leadership • New Performance Management • Future Recruiting, Chatbots • HR Gamification • Selbstorganisiertes Lernen • Künstliche Intelligenz im HR • Health & Agemanagement • Sustainable HR
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Schwuchow, K.; Gutmann, J.: HR-Trends 2021: Strategie, Big Data, Diversity, Freiburg</p> <p>Petry, T.; Jäger, W.: Digital HR: smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, Freiburg</p> <p>Stulle, K.P.: Digitalisierung der Management-Diagnostik: Aktuelle Instrumente, Trends, Herausforderungen, Wiesbaden</p> <p>Ternès, A.; Wilke, C.D.: Agenda HR – Digitalisierung, Arbeit 4.0, New Leadership: Was Personalverantwortliche und Management jetzt nicht verpassen sollten, Wiesbaden</p> <p>Verhoeven, T: Digitalisierung im Recruiting: wie sich Recruiting durch künstliche Intelligenz, Algorithmen und Bots verändert, Wiesbaden</p> <p>Fortmann, H.R.; Koloce, B.: Arbeitswelt der Zukunft: Trends. Arbeitsraum. Menschen. Kompetenzen, Wiesbaden</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPI3.2 560620 People Analytics

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Heiko Hansjosten
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, Kompetenzen, Persönlichkeitsmerkmale und Arbeitspräferenzen von Menschen in Unternehmen zu erkennen und daraus Schlüsse für eine talentorientierte Steuerung von Humanressourcen zu ziehen. Sie sind befähigt, adäquate Methoden der Analyse von Humanressourcen im Hinblick auf die Anwendung in Fragen der Individual- und Teamführung sowie der Karriereentwicklung anzuwenden und die Ergebnisse zu interpretieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, Methoden der Potentialerschließung bei sich und anderen anzuwenden und Handlungskonsequenzen abzuleiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage, geeignete Personalentwicklungsmaßnahmen und Auswahlprozesse umzusetzen. Sie können komplexe Aufgabenstellungen im relevanten Feld analysieren und Lösungen entwickeln.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind dazu befähigt, sich in konkreten Arbeitssituationen professionell auf individuums-, gruppen- und organisationsbezogene kulturelle Einflussfaktoren einzustellen. Sie können auch in multinational besetzten Teams Aufgaben bearbeiten und die sich daraus ergebenden Problemen im Team umgehen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPI3.2.1 560621 Robot Recruiting

Diese Veranstaltung ist im Modul WPI3.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Robot Recruiting
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	<p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen und Funktionsweisen innovativer Recruiting-Methoden mithilfe geeigneter Tools, automatisierter Plattformen und Bots sowie Instrumenten auf Basis künstlicher Intelligenz im Recruiting zu verstehen. Sie erlangen das notwendige Wissen, um die fachliche, technische und zweckorientierte Nutzung gängiger und innovativer Robot Recruiting Instrumente zu beherrschen und auf künftige technische Entwicklungen zu adaptieren.</p> <p>Die Studierenden lernen das State-of-the-Art-Ökosystem der technologischen Recruiting-Lösungen kennen. Auf Basis der aktuellen wissenschaftlichen und privatwirtschaftlichen Forschung zum Thema Robot Recruiting erhalten sie so fundierte Kenntnis über innovative Recruiting-Lösungen.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Wirksamkeit und Funktionsweisen von Robot Recruiting Instrumenten in der Recruiting-Praxistätigkeit in KMU und Konzernen zu erkennen. Die Studierenden erhalten ein theoretisches Grundgerüst sowie intensive praktische Übungs-Cases und lernen so ihr Wissen praktisch anzuwenden. Ziel ist der sichere Umgang mit modernen Recruiting-Instrumenten.</p>

Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden werden sich der Prinzipien der sozialen Urteilsbildung bewusst. Sie erkennen ihre eigenen Beurteilungstendenzen und lernen mit generischen Beurteilungsfehlern umzugehen. Zusätzlich werden auch ethische Aspekte des Robot Recruiting erkundet, diskutiert und die Studierenden werden darauf sensibilisiert, eine Balance zwischen innovativen Robotik-Tool und objektiver und valider Personalauswahl herzustellen. Die Studierenden können die Funktionsweise der Recruiting-Tools verstehen und diese im Praxisalltag im Recruiting einsetzen. Die Studierenden entwickeln gleichzeitig eine Wachsamkeit für die Grenzen rein technischer Lösungen und lernen individuelle Vorgehensweisen für den Praxisalltag zu entwickeln und ein besonderes Augenmerk auf die Schnittstelle zwischen Mensch und Maschine zu legen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen "State-of-the-Art" Recruiting • Social Media Recruiting • Active Sourcing in der Praxis • Übungen zum Active Sourcing mit Business Portalen • Umgang mit Booleschen Operatoren • Active Sourcing in Foren & Blogs • Recruiting Trends Stackoverflow • Active Sourcing mit AI • Einsatz von Bots im Recruiting • Soziale Urteilsbildung & Grenzen von Robotic im Recruiting • Diversity Management im Robot Recruiting • Automatisierung in Recruiting-Prozessen • ATS: Multiposting mit Bewerbermanagement-Systemen • Human-Machine-Interface (HMI)
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	

<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Sofern nicht anders erwähnt, wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Lazar, J.; Feng, J. H., Hochheiser, H.: Research Methods in Human-Computer Interaction</p> <p>Dannhäuser, R.: Praxishandbuch Social Media Recruiting</p> <p>Verhoeven, T.: Digitalisierung im Recruiting: Wie sich Recruiting durch künstliche Intelligenz, Algorithmen und Bots verändert;</p> <p>Petry, T.; Jäger, W. (2021): Digital HR – Gesamtkomplex im Überblick, in: Petry, T.; Jäger, W. (2021): Digital HR – Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, 2. Auflage, Freiburg et al., S. 27-122</p> <p>Petry, T.; Jäger, W. (Hrsg.): Digital HR – Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, 2. Auflage, Freiburg et al.</p> <p>Kelleher, J. D.: Deep Learning 1. Edition (5. Dezember 2014)</p> <p>Cappelli, P.: Your Approach to Hiring Is All Wrong. Outsourcing and algorithms won't get you the people you need. Harvard Business Manager Magazine (May–June 2019)</p> <p>Edmondson, A. C.: The Fearless Organization: reating Psychological Safety in the Workplace for Learning, Innovation, and Growth</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Veranstaltung WPI3.2.2 560622 Talentanalytics

Diese Veranstaltung ist im Modul WPI3.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Talentanalytics
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	<p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Talent Analytics als Bestandteil des Talentmanagements zu erkennen und zu beschreiben.</p> <p>Sie können auf ein entsprechendes Methodenrepertoire zurückgreifen und dieses adäquat charakterisieren.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	<p>Die Studierenden sind dazu fähig, Methoden und bereits bestehende Anwendungen im Gebiet Talent Analytics zu analysieren und auf Ihre Zielerreichung und Wirksamkeit hin zu überprüfen. Sie erkennen die Metaebene der Kultur und sind fähig, diese in Konzepten und Instrumenten der Talent Analytics zu erkennen und umzusetzen.</p>
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	<p>Die Studierenden sind dazu befähigt, sich in konkreten Arbeitssituationen professionell auf individuums-, gruppen- und organisationsbezogene kulturelle Einflussfaktoren einzustellen.</p> <p>Sie können in multinational besetzten Teams Aufgaben aus dem Fachgebiet Talent Analytics bearbeiten, mit sich daraus ergebenden Problemen im Team umgehen und Arbeitsergebnisse bzw. Zusammenhänge hierarchie- und funktionsübergreifend kommunizieren.</p>

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Talent Management: Grundsätzliches Verständnis, Strategien, Konzepte, Inhalte, Verankerung im Unternehmen • Beurteilungsprozesse zur Identifikation von Talenten • Konzeptionelle Planungsphasen • Möglichkeiten der technischen Unterstützung • Kommunikationsprozesse im Unternehmen => Bearbeitung der Schnittstellen
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Dotzauer, A.: Talent-Management als strategisch-taktische Option zur Mitarbeiterbindung und –entwicklung</p> <p>Kanning, U. P.: Standards der Personaldiagnostik: Personalauswahl professionell gestalten</p>
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPI3.2.3 560623 Teamanalytics & Knowledge Management

Diese Veranstaltung ist im Modul WPI3.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Teamanalytics & Knowledge Management
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	<p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage, besondere Herausforderungen, die sich aus dem Zusammenspiel von Humanressourcen in Teams ergeben, zu erkennen und daraus Schlüsse für eine Steuerung dieser Ressourcen zu ziehen. Sie sind befähigt, adäquate Methoden der Teamanalyse anzuwenden und deren Ergebnisse zu interpretieren. Die Studierenden kennen Ansätze und Anwendungsfelder des Wissens- und Kompetenzmanagements mit besonderem Fokus auf die organisationelle Einbindung der Humanressourcen, können die zugehörigen Personalportfolios analysieren und Handlungsalternativen ableiten.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	<p>Die Studierenden sind befähigt, Teamanalysen im Hinblick auf unterschiedliche Determinanten wie etwa Persönlichkeitsfaktoren, Arbeitspräferenzen oder Kompetenzprofile durchzuführen, auf Konsistenz zu überprüfen und Teamentwicklungsmaßnahmen und begleitende individuelle oder organisationsbezogene Entwicklungen zu planen. Sie sind dabei auch in der Lage, Probleme der Wissensteilung und –akzeptanz unter Berücksichtigung von Personalportfolia zu lösen.</p>

Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Mit dieser Veranstaltung erschließen sich die Studierenden ihre Handlungsfähigkeit im Hinblick auf die Arbeit mit Menschen im interkulturellen oder kulturell spezifischen Kontext: Typische Fragestellungen werden in Arbeitsgruppen gemeinsam erarbeitet. Dabei sind individuelle Ansätze der Studierenden in der Gruppe argumentativ zu vertreten und zu einer gemeinschaftlichen Lösung weiterzuentwickeln.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Personalportfolios auf der Basis persönlichkeitsbezogener Profile: wissenschaftliche Grundlagen und empirische Anwendung • Analyse von Teamstrukturen im Hinblick auf statische und dynamische Faktoren – empirische Anwendung • Besonderheiten im Umgang mit totipotenten und partipotenten Strukturen • Agilitätsanalysen von Teams und Organisationen • Wissensmanagement in Teams
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Aulinger, A.: Die drei Säulen agiler Organisationen, IOM Whitepaper, Berlin</p> <p>Belbin, R.M.: Team roles at work, Oxon/New York</p> <p>Belbin, R.M.: Management teams – why they succeed or fail</p> <p>Margerison, C., McCann, D.: Team management – practical new approaches, Oxford</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPI3.3 560630 Digital HR-Project

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Referat
Prüfungsdauer	45
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Maren Lay
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Der Erfolg von Unternehmen hängt deutlich von deren Fähigkeit zur Innovation im Kontext des digitalen Wandels ab. Studierende erhalten in diesem Modul semesterbegleitend einen vertieften wissenschaftlichen und ebenso fachlich anwendungsbezogenen Einblick in die Gestaltung und Steuerung eines exemplarischen Digitalen HR-Projektes. Gleichzeitig erhalten Sie einen grundlegenden exemplarischen Einblick in eine wissenschaftliche und zugleich praktische Arbeitsweise und sind zugleich in der Lage die Grenzen eines bestimmten methodischen Vorgehens zu erkennen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, das erworbene Fach- und Methodenwissen, auch im digitalen Kontext, selbstständig auf unterschiedlichste forschungsbezogene und praxisbezogene Personalfragestellungen zu übertragen und im Sinne einer zielgerichteten Umsetzung auf spezifische Branchen- und Unternehmenskontexte zu adaptieren.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen angewandter, empirischer Forschungsprojekte professionell und zielorientiert handeln und sich dabei auf die jeweiligen Strukturen und Eigenschaften ihrer Projektpartner einstellen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage, das erworbene Fach- und Methodenwissen, selbstständig im Projektkontext umzusetzen. Unter Anleitung der Dozierenden gestalten sie das Management ihrer Projektaufgaben weitestgehend eigenständig.
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPI3.3.1 560631 Digital HR-Project

Diese Veranstaltung ist im Modul WPI3.3

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Digital HR-Project
Leistungspunkte (ECTS)	6.0, dies entspricht einem Workload von 150 Stunden
SWS	30.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	120
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, unternehmenspraktische und personalrelevante wirtschaftspsychologische Fragestellungen im digitalen Kontext mit Hilfe empirischer und wissenschaftstheoretischer Methoden zu beantworten.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, das erworbene Fach- und Methodenwissen, auch im digitalen Kontext, selbstständig auf unterschiedlichste forschungsbezogene und praxisbezogene Personalfragestellungen zu übertragen und im Sinne einer zielgerichteten Umsetzung auf spezifische Branchen- und Unternehmenskontexte zu adaptieren.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen angewandter, empirischer Forschungsprojekte professionell und zielorientiert handeln und sich dabei auf die jeweiligen Strukturen und Eigenschaften ihrer Projektpartner einstellen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage, das erworbene Fach- und Methodenwissen, selbstständig im Projektkontext umzusetzen. Unter Anleitung der Dozierenden gestalten sie das Management ihrer Projektaufgaben weitestgehend eigenständig.

Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluierung modelltheoretischer und theoretischer Grundlagen einer praxis- bzw. branchenorientierten Fragestellung in einem digitalen HR-Kontext • Bildung von Untersuchungshypothesen Entwicklung eines quantitativen oder qualitativen, empirischen Evaluierungsdesigns • Operationalisierung von Untersuchungsvariablen • Recherche valider Skalen bezogen auf den Untersuchungsgegenstand • Entwicklung eigener Skalen bezogen auf den Untersuchungsgegenstand • Umsetzung von Fragebögen bzw. Interviewleitfäden • Durchführung der Feldarbeit, Durchführung der Datenanalyse und Dateninterpretation unter Verwendung digitaler Tools und apparativer Analysemethoden (z.B. Eye-Tracking, EEG, Emotional Recognition..)
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Diekmann, A.: Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Hamburg</p> <p>Field, A.: Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics, Los Angeles</p> <p>Flick, U.: Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Hamburg</p> <p>Janssen, J. & W. Laatz: Statistische Datenanalyse mit SPSS, Heidelberg</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul (übergreifend) 560650 Vertriebsmanagement & Digitalisierung

Modul WPII3.1 560660 Market Transformation

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Referat
Prüfungsdauer	45
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die zentralen Elemente einer Markttransformation zu erkennen und daraus Schlüsse für den Umgang mit den Herausforderungen im Marketing zu ziehen. Die Studierenden kennen zukunftsweisende Marketing Strategien und können Big Data Ansätze für die Integration im Marketing beschreiben.</p> <p>Die Studierende sind befähigt, die zentralen Elemente einer Customer Journey zu benennen und die Besonderheiten von digitaler Kommunikation zu erklären. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Kundenbedürfnisse sowie Umweltentwicklungen zu analysieren, Trends und Marktdynamiken zu antizipieren.</p> <p>Sie verfügen über ein umfassendes, dem aktuellen wissenschaftlichen Stand adäquates Wissen zu Fragen der Trendforschung. Die Studierenden sind zudem in der Lage, Trends zu erkennen, zu benennen und zu erklären. Darüber hinaus können sie Schlüsse für das Marketing ziehen.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	<p>Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über agiles Marketing für die Erstellung von Marketing-Strategien anzuwenden und eine Marketingkonzeption auszuarbeiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage, ein Customer Journey Mapping durchzuführen und die Ergebnisse auf ein einheitliches Customer Centricity hin zu überprüfen und Verbesserungen zu planen.</p> <p>Die Studierenden sind zudem befähigt, empirische und praxisorientierte Fragestellungen im Marketing kritisch zu analysieren. Sie sind gleichzeitig in der Lage, Handlungsalternativen für die Praxis abzuleiten und diese im Plenum zu vertreten.</p>

Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen der Veranstaltung Arbeitsergebnisse in Bezug auf Markttransformationen, digitale Marketingkommunikation und Marketing-Trendthemen gemeinsam erarbeiten und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse insbesondere in Form von Präsentationen vertreten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPII3.1.1 560661 Market Transformation & Marketing Strategies

Diese Veranstaltung ist im Modul WPII3.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Market Transformation & Marketing Strategies
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, die zentralen Elemente einer Markttransformation zu erkennen und daraus Schlüsse für den Umgang mit den Herausforderungen im Marketing zu ziehen. Die Studierenden kennen zukunftsweisende Marketing Strategien und können Big Data Ansätze für die Integration im Marketing beschreiben.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über agiles Marketing für die Erstellung von Marketing-Strategien anzuwenden und eine Marketingkonzeption auszuarbeiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen der Veranstaltung Arbeitsergebnisse in Bezug auf Markttransformationen gemeinsam erarbeiten und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse insbesondere in Form von Präsentationen vertreten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	

Inhalte	<p>Herausforderungen im Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wandel der Märkte • Digitalisierung • Megatrends <p>Customer Centricity</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kundenzentrierung • Customer Journey Mapping <p>Agiles Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agiles Mindset • Agile Marketing Methoden <p>Zukunftsweisende Marketing Strategien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Big Data Integration im Marketing • Cross-Chanel Marketing • Simplification
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Kröger, J.; Marx, S.: Agile Marketing: Marketing in dynamischen Zeiten: Mindset - Methoden – Tools, Wiesbaden</p> <p>Bruhn, M. et al.: Marketing Weiterdenken: Zukunftspfade für eine marktorientierte Unternehmensführung, Wiesbaden</p> <p>Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden</p> <p>Hawardt, M. et al.: Führen und Managen in der digitalen Transformation: Trends, Best Practices und Herausforderungen, Wiesbaden</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPII3.1.2 560662 Customer Journey & Digital Communication

Diese Veranstaltung ist im Modul WPII3.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Customer Journey & Digital Communication
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, die zentralen Elemente einer Customer Journeys zu benennen und die Besonderheiten von digitaler Kommunikation zu erklären. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Kundenbedürfnisse sowie Umweltentwicklungen zu analysieren sowie Trends und Marktdynamiken zu antizipieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ein Customer Journey Mapping durchzuführen, und die Ergebnisse auf ein Einheitliches Customer Centricity hin zu überprüfen und Verbesserungen zu planen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen der Veranstaltung Arbeitsergebnisse in Bezug auf die digitale Marketingkommunikation gemeinsam erarbeiten und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse insbesondere in Form von Präsentationen vertreten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7

<p>Inhalte</p>	<p>Customer Experience Zentrierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung der Customer Experience • Customer Journey <p>Definition & Entwicklung von Use Cases zur Optimierung der Customer Journey sowie Prozessen.</p> <p>Den Kunden und die Umwelt verstehen und Trends und Marktdynamiken antizipieren.</p> <p>Marke, Kundenstrategie und Erfahrungselemente kundenzentriert entwickeln</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition einer Customer Experience getriebenen Unternehmens-DNA • Design kundenerfahrungszentrierter Angebote <p>Implementierung und Kommunikation kundenerfahrungszentrierter Angebote</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Marketingkommunikation • A/B Testing
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Stadelmayer, M.: CRM goes digital: digitale Kundenschnittstellen in Marketing, Vertrieb und Service exzellent gestalten und nutzen, Wiesbaden</p> <p>Suwelack, T.: Toolbox Customer Experience: Wie Sie Schritt für Schritt eine exzellente Kundenerfahrung schaffen, Wiesbaden</p> <p>Holland, H.: Digitales Dialogmarketing: Grundlagen, Strategien, Instrumente, Wiesbaden</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>regulär” und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Veranstaltung WPII3.1.3 560663 Marketing Trends

Diese Veranstaltung ist im Modul WPII3.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Marketing Trends
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden verfügen über ein umfassendes, dem aktuellen wissenschaftlichen Stand adäquates Wissen zu Fragen der Trendforschung. Die Studierenden sind zudem in der Lage, Trends zu erkennen, zu benennen und zu erklären. Darüber hinaus können sie Schlüsse für das Marketing ziehen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, empirische und praxisorientierte Fragestellungen im Marketing kritisch zu analysieren. Sie können darüber hinaus Handlungsalternativen für die Praxis ableiten und diese im Plenum vertreten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen der Veranstaltung Ergebnisse zu Marketing-Trendthemen gemeinsam erarbeiten und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse insbesondere in Form von Präsentationen vertreten. Sie können anschließend über Fragestellungen zum Thema diskutieren und gemeinsam evaluieren.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7

<p>Inhalte</p>	<p>Im Seminar werden Trends mit besonders hoher Wirkung auf das Marketing aufgegriffen und im Rahmen empirischer und praxisorientierter Fragestellungen und Projekte behandelt</p> <p>Beispielhafte Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Purpose des Marketings • Green Marketing • Influencer Marketing • Voice Marketing • Content-Marketing • Omnichannel-Marketing • Künstliche Intelligenz im Marketing • Marketing-Automation • Agiles Marketing • Customer Experience
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Stump, M.: Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen im Marketing: Buzzwords die bleiben, Freiburg</p> <p>Kochhan C. et al.: Marketing- und Kommunikationstrends: Interviewstudie zur Akzeptanz bei Digital Immigrants und Digital Natives, Wiesbaden</p> <p>Krüber-Reil, W.; Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München</p> <p>Stulle, K.P.: Digitalisierung der Management-Diagnostik: Aktuelle Instrumente, Trends, Herausforderungen</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Modul WPII3.2 560670 Customer Analytics

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden können die Strategien der Kundengewinnung beschreiben. Sie können die Kundenidentifizierung definieren und Kundensegmentierungsansätze aufzeigen. Zudem sind sie qualifiziert, im Kundenakquisitionsmanagement den persönlichen Verkauf von dem nicht-persönlichen Verkauf abzugrenzen.</p> <p>Die Studierende sind in der Lage, die zentralen Customer Touchpoints zu benennen und die Bedeutung für die Customer Experience zu erklären. Sie sind befähigt, die Erfolgsfaktoren der Mass Customization zu charakterisieren.</p> <p>Die Studierenden können die theoretische Kundenbindungsperspektive beschreiben. Sie sind in der Lage, die strategische Perspektive der Kundenbindung einzuordnen, sowie Instrumente der Kundenbindung demonstrieren.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Methoden der Kundenzufriedenheitserhebung anzuwenden und daraus Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Maßnahmen zur Kundenidentifizierung umzusetzen. Sie können Marktsegmente analysieren und eigene Marktsegmentierungsansätze entwickeln.</p> <p>Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über Customer Experience für die Erstellung von Customer Touchpoints anzuwenden. Sie können anhand einer Customer Experience Journey Map den Reifegrad der Customer Experience erläutern.</p> <p>Zudem sind die Studierenden befähigt, ihr Wissen und Verständnis über Kundenbindungsstrategien für die Erstellung von Kundenbindungsmaßnahmen anzuwenden. Sie können Loyalitätsprogramme aufsetzen und die Zusammenhänge zwischen Beschwerdemanagement und der Kundenbindung aufzeigen.</p>

<p>Personale Kompetenz: Sozialkompetenz</p>	<p>Mit dieser Veranstaltung erschließen sich die Studierenden ihre Handlungsfähigkeit im Customer Analytics Kontext: Typische Fragestellungen werden in Arbeitsgruppen gemeinsam erarbeitet. Dabei sind individuelle Ansätze in Bezug auf Sales & Targeting, Loyalty Management und Customer Experience der Studierenden in der Gruppe argumentativ zu vertreten und zu einer gemeinschaftlichen Lösung weiterzuentwickeln.</p>
<p>Personale Kompetenz: Selbständigkeit</p>	
<p>Kompetenzniveau gemäß DQR</p>	
<p>Voraussetzungen für die Teilnahme</p>	
<p>Besonderheiten / Verwendbarkeit</p>	
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Veranstaltung WPII3.2.1 560671 Sales & Targeting

Diese Veranstaltung ist im Modul WPII3.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Sales & Targeting
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	<p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die Strategien der Kundengewinnung beschreiben. Sie können die Kundenidentifizierung definieren und Kundensegmentierungsansätze aufzeigen. Zudem sind sie qualifiziert, im Kundenakquisitionsmanagement den persönlichen Verkauf von dem nicht-persönlichen Verkauf abzugrenzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, Methoden der Kundenzufriedenheitserhebung anzuwenden und daraus Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Maßnahmen zur Kundenidentifizierung umzusetzen. Sie können Marktsegmente analysieren und eigene Marktsegmentierungsansätze entwickeln.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Mit dieser Veranstaltung erschließen sich die Studierenden ihre Handlungsfähigkeit im Sales & Targeting Kontext: Typische Fragestellungen werden in Arbeitsgruppen gemeinsam erarbeitet. Dabei sind individuelle Ansätze der Studierenden in der Gruppe argumentativ zu vertreten und zu einer gemeinschaftlichen Lösung weiterzuentwickeln.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	

Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<p>Kundenmanagement – Bausteine des Unternehmenserfolgs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kundennähe/ -zufriedenheit • Kundenbegeisterung <p>Kundengewinnung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kundenidentifizierung • Kundensegmentierung • Kundenbewertung • Kundenqualifizierung <p>Kundenakquisitionsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persönlicher Verkauf • Nicht-persönlicher Verkauf
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Bruhn M.: Relationship Marketing: das Management von Kundenbeziehungen, München</p> <p>Heinrich, S.: Content Marketing: so finden die besten Kunden zu Ihnen: wie Sie Ihre Zielgruppe anziehen und stabile Geschäftsbeziehungen schaffen</p> <p>Heinrich, S.: Akquise B2B: Neukundengewinnung im digitalen Zeitalter, Wiesbaden/Heidelberg</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPII3.2.2 560672 Customization & Experience Management

Diese Veranstaltung ist im Modul WPII3.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Customization & Experience Management
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierende sind in der Lage, die zentralen Customer Touchpoints zu benennen und die Bedeutung für die Customer Experience zu erklären. Sie sind befähigt, die Erfolgsfaktoren der Mass Customization zu charakterisieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über Customer Experience für die Erstellung von Customer Touchpoints anzuwenden. Sie können anhand einer Customer Experience Journey Map den Reifegrad der Customer Experience erläutern.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, in Teams verantwortlich zu arbeiten und dabei vorausschauend mit Problemen in Bezug auf die Customer Experience im Team umgehen. Sie können kundenspezifische Anforderungen argumentativ vertreten und im Team weiterentwickeln.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7

<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenverständnis als Voraussetzung für Kundenzentrierung • Customer Experience <ul style="list-style-type: none"> • Customer Experience Journey • Customer Experience Journey Map • Customer Touchpoints <ul style="list-style-type: none"> • Touchpoint Analyse • Touchpoint Management • Emotionalität von Touchpoints • Customer Experience Steuerung <ul style="list-style-type: none"> • Visualisierung der Touchpoint Performance • Mass Customization <ul style="list-style-type: none"> • Potential-, Differenzierungs-, Kosten- und Beziehungsebene • Erfolgsfaktoren für Mass Customization • Darstellung einer Capability Map Aufsetzung eines Operating Model • Performance Steuerung mit Hilfe von KPIs • Definition & Festlegung von KPIs • Ableitung von Maßnahmen zur Optimierung
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Esch, F.-R.; Kochann, D.: Kunden begeistern mit System: in 5 Schritten zur Customer Experience Execution, Frankfurt/New York</p> <p>Theobald, E.; Jentschke, M.: Kundenzentriertes Markenmanagement: Effektive Markenführung entlang der Customer Experience Journey, Wiesbaden</p> <p>Keller, B.; Ott, S.: Touchpoint Management: Entlang der Customer Journey erfolgreich agieren, Freiburg</p> <p>Kürble, P.; Lischka, H.: Trends und Forschung im Marketingmanagement, München</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Veranstaltung WPII3.2.3 560673 Loyalty Management

Diese Veranstaltung ist im Modul WPII3.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Loyalty Management
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die theoretische Kundenbindungsperspektive beschreiben. Sie sind in der Lage, die strategische Perspektive der Kundenbindung einzuordnen, sowie Instrumente der Kundenbindung demonstrieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über Kundenbindungsstrategien für die Erstellung von Kundenbindungsmaßnahmen anzuwenden. Sie können Loyalitätsprogramme aufsetzen und die Zusammenhänge zwischen Beschwerdemanagement und Kundenbindung aufzeigen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, in Teams verantwortlich zu arbeiten und dabei vorausschauend mit Problemen in Bezug auf das Loyalty Management im Team umzugehen. Sie können Kundenbindungs-Anforderungen argumentativ vertreten und im Team weiterentwickeln.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	7

<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenbindung Theoretische Perspektive <ul style="list-style-type: none"> • Verhaltenswissenschaftliche Aspekte der Kundenbindung • Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung • Kundenbindung durch Kundenintegration • Kundenbindung aus strategischer Perspektive <ul style="list-style-type: none"> • Kundenbindung auf Basis des Relationship Value • Kundenabwanderung als Herausforderung des Kundenbindungsmanagements • Kundenbindung im digitalen Zeitalter • Instrumente der Kundenbindung <ul style="list-style-type: none"> • Kundenbindung durch Loyalitätsprogramme • Vermeidung von Kundenverlusten durch Beschwerdemanagement • Kundenbindung durch Preispolitik • Instrumente des Multichannel Management • Community-Management
<p>Empfehlung für begleitende Veranstaltungen</p>	
<p>Sonstige Besonderheiten</p>	
<p>Literatur/Lernquellen</p>	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Bruhn M.; Homburg C.: Handbuch Kundenbindungsmanagement: Strategien und Instrumente für ein erfolgreiches CRM, Wiesbaden</p> <p>Belsch, S.: Kundenbindung. Effektive Maßnahmen und Instrumente für einen langfristigen Unternehmenserfolg, Hamburg</p> <p>Ziliani, C.; Ieva, M.: Loyalty Management – From Loyalty Programm to omnichannel Customer Experience, New York</p>
<p>Terminierung im Stundenplan</p>	<p>„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/</p>
<p>Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung</p>	

Modul WPII3.3 560680 Digital Market-Project

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	Semester
SWS	30.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Referat
Prüfungsdauer	45
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Maren Lay
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Der Erfolg von Unternehmen hängt deutlich von deren Fähigkeit zur Innovation im Kontext des digitalen Wandels ab. Studierende erhalten in diesem Modul semesterbegleitend einen vertieften wissenschaftlichen und ebenso fachlich anwendungsbezogenen Einblick in die Gestaltung und Steuerung eines exemplarischen Digitalen Market-Projektes.</p> <p>Die Studierenden erhalten einen grundlegenden exemplarischen Einblick in eine wissenschaftliche und zugleich praktische Arbeitsweise und sind zudem in der Lage, die Grenzen eines bestimmten methodischen Vorgehens zu erkennen.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, das erworbene Fach- und Methodenwissen, auch im digitalen Kontext, selbstständig auf unterschiedlichste forschungsbezogene und praxisbezogene Vertriebsfragestellungen zu übertragen und im Sinne einer zielgerichteten Umsetzung auf spezifische Branchen- und Unternehmenskontexte zu adaptieren.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen angewandter, empirischer Forschungsprojekte professionell und zielorientiert handeln und sich dabei auf die jeweiligen Strukturen und Eigenschaften ihrer Projektpartner und Probanden einstellen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage, das erworbene Fach- und Methodenwissen, selbstständig im Projektkontext umzusetzen. Unter Anleitung der Dozierenden gestalten sie das Management ihrer Projektaufgaben weitestgehend eigenständig.
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPII3.3.1 560681 Digital Market-Project

Diese Veranstaltung ist im Modul WPII3.3

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Digital Market-Project
Leistungspunkte (ECTS)	6.0, dies entspricht einem Workload von 150 Stunden
SWS	30.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	120
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Wahlpflichtveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage, unternehmenspraktische und marktrelevante und marktpsychologische Fragestellungen, auch im digitalen Vertriebskontext, mit Hilfe empirischer und wissenschaftstheoretischer Methoden zu beantworten.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, das erworbene Fach- und Methodenwissen, auch im digitalen Kontext, selbstständig auf unterschiedlichste forschungsbezogene und praxisbezogene Vertriebsfragestellungen zu übertragen und im Sinne einer zielgerichteten Umsetzung auf spezifische Branchen- und Unternehmenskontexte zu adaptieren.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen angewandter, empirischer Forschungsprojekte professionell und zielorientiert handeln und sich dabei auf die jeweiligen Strukturen und Eigenschaften ihrer Projektpartner und Probanden einstellen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage, das erworbene Fach- und Methodenwissen, selbstständig im Projektkontext umzusetzen. Unter Anleitung der Dozierenden gestalten sie das Management ihrer Projektaufgaben weitestgehend eigenständig.

Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluierung modelltheoretischer und theoretischer Grundlagen einer praxis- bzw. branchenorientierten Fragestellung- in einem digitalen Markt- bzw. Marktpsychologischen Kontext • Bildung von Untersuchungshypothesen Entwicklung eines quantitativen oder qualitativen, empirischen Evaluierungsdesigns • Operationalisierung von Untersuchungsvariablen • Recherche valider Skalen bezogen auf den Untersuchungsgegenstand • Entwicklung eigener Skalen bezogen auf den Untersuchungsgegenstand • Umsetzung von Fragebögen bzw. Interviewleitfäden • Durchführung der Feldarbeit-Durchführung der Datenanalyse und Dateninterpretation-unter Verwendung digitaler Tools und apparativer Analysemethoden (z.B. Eye-Tracking, EEG, Emotional Recognition..)
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Diekmann, A.: Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Hamburg</p> <p>Field, A.: Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics. Los Angeles</p> <p>Flick, U.: Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Hamburg</p> <p>Janssen, J.; Laatz, W.: Statistische Datenanalyse mit SPSS, Heidelberg</p> <p>Mayring, P.: Qualitative Sozialforschung, Weinheim</p> <p>Schnell, R.; Hill, P.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Wiesbaden</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul (übergreifend) 560700 Selbstmanagement & Teamentwicklung

Modul M4.1 560710 Selbstmanagement & Teamentwicklung

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	70.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	45
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Maren Lay
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Seminar mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden verfügen über ein umfassendes Wissen zu Fragen des Selbst- und Teammanagements sowie angrenzender Gebiete. Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze und Instrumente der persönlichen Vermarktung, zur Durchführung eines Interviews sowie der Karriereplanung zu benennen und zu erklären. Ferner kennen sie Bewertungskonzepte zum verantwortungsvollen Umgang in der digitalen Medienlandschaft und sind in der Lage, aktuelle Problemstellungen in Praxis und Wissenschaft zu charakterisieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden erwerben sowohl generalistische als auch spezialisierte Fertigkeiten in der Anwendung von Selbst- und Teamkompetenzen, die sie auf konkrete unternehmensbezogene oder persönliche Fragestellungen anwenden können.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden erschließen sich ihre Handlungsfähigkeit im Bereich Selbst- und Teammanagement: Typische Fragestellungen werden in Arbeitsgruppen gemeinsam erarbeitet. Dabei sind individuelle Ansätze der Studierenden in der Gruppe argumentativ zu vertreten und zu einer Lösung weiterzuentwickeln. Ferner erhalten die Studierenden durch die Seminarwoche Einblicke in die Wissenschaftscommunity und vertiefen damit ihre Fähigkeit zu einer aktiven und zielgerichteten Teilhabe am wissenschaftlichen Diskurs.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden können aktuelle Fragestellungen bewerten und auf konkrete eigene Fragestellungen anwenden. Für auftretende Probleme im Selbst- und Teammanagement können sie eigenständige Ansätze und Lösungen entwickeln.
Kompetenzniveau gemäß DQR	

Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M4.1.1 560711 Medien & Interviewtraining

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M4.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Media & Interview Training
Leistungspunkte (ECTS)	1.0, dies entspricht einem Workload von 25 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	15
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen Ansätze und Instrumente zur Vorbereitung, Durchführung, Nachbereitung von Interviews. Zudem erkennen und verstehen die Studierenden die generellen und aufgrund der Digitalisierung zunehmenden ethischen Problemstellungen der (online-) Kommunikation.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden verfügen über ein breites Repertoire an Interview- und Vermarktungstechniken, die sie entsprechend der Thematik, Zielgruppe sowie zeitlicher und organisatorischer Rahmenbedingungen anpassen und in ein Gesamtkonzept zusammenführen können. Die Studierenden sind befähigt, aktuelles Wissen im Kontext der Medienethik und digitalen Kommunikation kritisch zu analysieren und sind gleichzeitig in der Lage, Handlungsalternativen abzuleiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden üben Interviews und geben sich gegenseitig Feedback zur Verbesserung. Desweiteren sind sie in der Lage, ethische Anforderungen der digitalen Kommunikation argumentativ in der Gruppe zu vertreten und im Team weiterzuentwickeln.

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden identifizieren mit Hilfe des Feedbacks und Videoanalysen ihre persönlichen Stärken und Schwächen und entwickeln Ansätze zur individuellen Verbesserung der Interviewtechnik. Ferner sind die Studierenden in der Lage, selbständig bestimmte kritische Situationen digitaler Kommunikation zu evaluieren, auf deren Basis eine Entscheidung zu treffen und dazu entsprechend Stellung zu nehmen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung eines Interviews • Individuelle Wirkungsanalyse • Kernbotschaften und deren Platzierung • Ausdruck und Sprache vor Kamera & Mikrofon • Ethische Grundfragen der (online) Kommunikation und Medien • Problemstellungen kommunikationsethischer und neue ethische Problemstellungen z.B. Privacy, Big Data, Algorithmen, Hate Speech oder Fake News.
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Schweiger, W.; Beck, K.: Handbuch der online-Kommunikation, Berlin</p> <p>Pürer, H.: Medien in Deutschland. Presse. Rundfunk, Stuttgart</p> <p>Hielscher, J.: Medientraining: Interview, Statement, Talkshow – so gelingt der Presseauftritt, Bad Honnef</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M4.1.2 560712 Karriereplanung

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M4.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Career Planning
Leistungspunkte (ECTS)	2.0, dies entspricht einem Workload von 50 Stunden
SWS	10.0
Workload - Kontaktstunden	10
Workload - Selbststudium	40
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden führen eine persönliche Standortanalyse durch und erstellen einen individuellen Karriereplan. Sie können die Inhalte vor der Gruppe präsentieren, begründen und verteidigen Aussagen in der anschließenden Gruppendiskussion.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage, ihre eigene Markenpersönlichkeit sowie Karriereziele zu reflektieren und zu visualisieren sowie auf deren Basis Entscheidungen zu treffen und dazu entsprechend Stellung zu nehmen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7

Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines persönlichen Karriereplans • Entwicklung einer persönlichen Markenkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Markenattribute: Über welche Eigenschaften verfüge ich? • Persönliches Markenbild: Wie trete ich auf? • Persönlicher Markennutzen: Was biete ich an? • Persönliche Markentonalität: Wie biete ich an?
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, München.</p> <p>Haag, B.: Authentische Karriereplanung: mit der Motivationsanalyse auf Erfolgskurs, Wiesbaden</p> <p>Merten, R.: Changemanagement für Hochschulabsolventen: persönliche Lebensveränderungen meistern, Stuttgart</p> <p>Zeitler, O.: Lead the Future. Shape your Brand, Freiburg</p>
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M4.1.3 560713 Seminarwoche

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M4.1

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Seminar Week
Leistungspunkte (ECTS)	3.0, dies entspricht einem Workload von 75 Stunden
SWS	50.0
Workload - Kontaktstunden	50
Workload - Selbststudium	25
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Seminarwoche (z.B. Besuch einer Technologiefabrik, Unternehmens- und Konferenzbesuch) dient neben der Anwendung des erworbenen Wissens dem Ausbau anwendungsbezogener Kenntnisse. Die Studierenden sind in der Lage, aktuelle Problemstellungen in Praxis und Wissenschaft zu erkennen und daraus Schlüsse zu ziehen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, aktuelles Wissen im Kontext der digitalen Wirtschaftspsychologie kritisch zu analysieren und Handlungsalternativen für die Praxis abzuleiten und diese im Plenum zu vertreten. Die Studierenden können implizierte Annahmen beispielhafter Themen erkennen und die Bedeutung für die Praxis ermitteln.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen der Veranstaltung Ergebnisse zu Fallstudien gemeinsam erarbeiten und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse insbesondere in Form von Präsentationen vertreten. Anschließend können sie über Fragestellungen zum Thema diskutieren und gemeinsam evaluieren.

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden lernen Einzel bzw. in Arbeitsgruppenteams eigene und fremd gesetzte Lern- bzw. Arbeitsgruppenziele selbstgesteuert zu erreichen, zu reflektieren und zu bewerten.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	Je nach thematischem Schwerpunkt der Seminarwoche
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Je nach thematischem Schwerpunkt der Seminarwoche
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan: https://splan.hs-heilbronn.de/
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul (übergreifend) 560800 Master Thesis

Modul M4.2 560810 Master Thesis

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	Semester
SWS	20.0
Prüfungsart	Abschlussarbeit (Masterarbeit)
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	15.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Maren Lay
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Mit der Erstellung der Master Thesis weisen die Studierenden nach, dass sie in der Lage sind, unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und der im Studium erworbenen Fähigkeiten eine umfassende wissenschaftliche Fragestellung innerhalb einer vorgegebenen Frist aus dem Fach selbständig zu bearbeiten und zu lösen.</p> <p>Sie sollen dabei aus kognitiver Sicht aufzeigen, dass sie neben der Analyse auch zur Beurteilung von Sachverhalten und in einem gewissen Umfang zur Schaffung neuen Wissens fähig sind. Neben einer Vertiefung der fachlichen Kompetenzen, üben sie die Einhaltung wissenschaftlicher Standards ein und sind in der Lage, die Erstellung der Master Thesis als Projekt in zeitlicher, sachlicher und personeller Hinsicht zu steuern. In Form eines Kolloquiums steht die Fähigkeit zur plausiblen Darstellung eines komplexen Sachverhalts im Mittelpunkt.</p>
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, das im Studium erworbene Wissen auf die Fragestellung der Master Thesis anzuwenden und zu analysieren. Sie können die Inhalte der Thesis verständlich gliedern und Beziehungen logisch darlegen. Sie sind in der Lage, auf Basis wissenschaftlicher Methodik und aktueller Forschungsergebnisse eine wissenschaftliche Arbeit zu erstellen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden beteiligen sich an der fortgeschrittenen Diskussion theoretischer und methodischer Probleme mit dem Lehrpersonal, anderen Studierenden und interessierten Personen aus der beruflichen Praxis. In Diskussionen sind sie in der Lage, ihren Standpunkt zu vertreten und andere Meinungen zu reflektieren und daraus Erkenntnisse abzuleiten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Mit der Master Thesis erschließen sich die Studierenden eigenständig forschungs- oder anwendungsorientierte Fragestellungen unter Reflexion der möglichen gesellschaftlichen, kulturellen oder ökonomischen Auswirkungen
Kompetenzniveau gemäß DQR	

Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M4.2.1 560811 Master Thesis

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul M4.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Master Thesis
Leistungspunkte (ECTS)	14.0, dies entspricht einem Workload von 350 Stunden
SWS	
Workload - Kontaktstunden	0
Workload - Selbststudium	350
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Lehrform: Schriftliche Arbeit unter Anleitung und Hilfestellung von betreuenden Professoren bzw. von geeigneten Personen aus Betrieben, Institutionen.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Mit der Erstellung der Masterthesis weisen die Studierenden nach, dass sie in der Lage sind, unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und der im Studium erworbenen Fertigkeiten eine umfassende wissenschaftliche Fragestellung innerhalb einer vorgegebenen Frist selbständig zu bearbeiten und zu lösen. Neben einer Vertiefung der fachlichen Kompetenzen, üben sie die Einhaltung wissenschaftlicher Standards ein und sind in der Lage, die Erstellung der Thesis als Projekt in zeitlicher, sachlicher und personeller Hinsicht zu steuern.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, den aktuellen Kenntnisstand der Wissenschaft zur gestellten Thematik abzuleiten und zu analysieren. Sie können Lösungsvorschläge entwickeln, begründen, beweisen oder ableiten, die gewonnenen Ergebnisse abwägen und beurteilen. Sie sind in der Lage, die Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens strikt einzuhalten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Insbesondere bei praxisbezogenen Arbeiten sind die Studierenden in der Lage, in betrieblichen Expertenteams verantwortlich zu arbeiten und dabei vorausschauend mit Problemen im Team umzugehen. Sie können komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen ihrer gestellten Thematik gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihnen weiterentwickeln.

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage, eigen- und fremdgesetzte Arbeitsziele zu reflektieren und zu bewerten. Sie können die gesetzten Ziele selbstgesteuert verfolgen und verantworten. Sie sind in der Lage, Konsequenzen aus ihren Erfahrungen für die Arbeitsprozesse im Team zu ziehen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	7
Inhalte	Abhängig vom Thema der Master Thesis.
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Malms, I. (Hrsg.): Erfolgreiche Abschlussarbeiten, Wiesbaden Stickel-Wolf, C.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung M4.2.2 560812 Seminar zur Master Thesis

Diese Veranstaltung ist im Modul M4.2

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	
Art der Veranstaltung	Art der Veranstaltung unbekannt
Lehrsprache	
Veranstaltungsname (englisch)	Master Thesis Seminar
Leistungspunkte (ECTS)	1.0, dies entspricht einem Workload von Stunden
SWS	20.0
Workload - Kontaktstunden	
Workload - Selbststudium	
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Inhalte	
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	