

Modulbeschreibungen

**für den Studiengang
Automobilmanagement
Bachelor of Science**

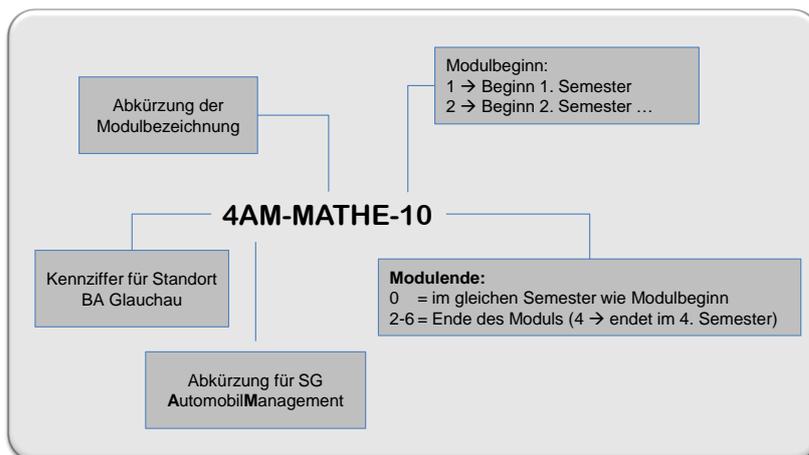
**Berufsakademie Sachsen
Staatliche Studienakademie Glauchau**

**4AM-A.02
(Version 2.2)**

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	4
Mathematische Grundlagen	5
Technische Grundlagen	9
Grundlagen der Werkstoff- und Fertigungstechnik.....	13
Konstruktionslehre und CAD	17
Fahrphysikalische Grundlagen, Fahrzeugkonzepte und -strukturen	21
Antriebstechnik und Kraftübertragung	25
Fahrwerks- und Karosserietechnik	29
Fahrzeugelektrik und –elektronik.....	33
Informationstechnologie im Service	37
Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen.....	41
Externes Rechnungswesen.....	45
Internes Rechnungswesen	49
Unternehmensführung, Personal und Organisation	53
Arbeitsvorbereitung und Betriebsorganisation	59
Autohausmanagement	63
Soft Skills	69
Servicemanagement	75
Wirtschaftsenglisch	81
Wirtschaftsrecht.....	85
Qualitätsmanagement	89
Fachenglisch.....	93
Angewandte Marktforschung und SPSS Statistics.....	97
Digitalisierung im Mittelstand	101
Praxis 1	107
Praxis 2	111
Praxis 3	117
Bachelor-Thesis	121
Einführung in wissenschaftliches Arbeiten.....	125

Abkürzungsverzeichnis



Zusammensetzung des Modulcodes

Modulcode	Modulbezeichnung
Naturwissenschaftlich-technische Grundlagen	
4AM-MATHE-10	Mathematische Grundlagen
4AM-TEGRD-10	Technische Grundlagen
4AM-WSFTE-10	Grundlagen der Werkstoff- und Fertigungstechnik
4AM-KONS-12	Konstruktionslehre und CAD
Fahrzeugtechnik	
4AM-FHZKO-20	Fahrphysikalische Grundlagen, Fahrzeugkonzepte und -strukturen
4AM-ANTRI-30	Antriebstechnik und Kraftübertragung
4AM-FAHKO-40	Fahrwerks- und Karosserietechnik
4AM-ELO-50	Fahrzeugelektrik und -elektronik
4AM-INFO-60	Informationstechnologie im Service
Wirtschaft	
4AM-ABWL-12	Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen (ABWL, VWL)
4AM-EXREC-20	Externes Rechnungswesen (Buchführung, Bilanzierung, Jahresabschluss)
4AM-INREC-30	Internes Rechnungswesen (KLR, Finanz- und Investitionswirtschaft)
4AM-UPO-40	Unternehmensführung, Personal und Organisation
4AM-AVBO-56	Arbeitsvorbereitung-Betriebsorganisation
Allgemeines Management und Servicemanagement	
4AM-AHMAN-20	Autohausmanagement
4AM-SOFTS-34	Soft Skills
4AM-SERV-34	Servicemanagement
4AM-ENGL-34	Wirtschaftsenglisch
4AM-RECHT-50	Wirtschaftsrecht
4AM-QUALI-56	Qualitätsmanagement
Wahlpflichtmodule	
4AM-DISEN-56	Fachenglisch
4AM-DISMF-56	Angewandte Marktforschung und SPSS Statistics
4AM-DISHYP-56	Digitalisierung im Mittelstand
Praxismodule	
4AM-PRAX1-12	Praxis 1
4AM-PRAX2-34	Praxis 2
4AM-PRAX3-50	Praxis 3
Bachelorarbeit	
4AM-BTHES-60	Bachelor Thesis
Wahlmodul ohne Benotung	
4AM-WISAR-10	Einführung in wissenschaftliches Arbeiten

Mathematische Grundlagen

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden Problemstellungen aus Technik und Wirtschaft mathematisch formulieren und geeignete Methoden zur Lösung dieser Aufgabenstellungen auswählen und anwenden können. Mit dem Modul eignen sich die Studierenden die mathematischen Kenntnisse an, die für die erfolgreiche Bearbeitung von speziellen ingenieurtechnischen sowie betriebswirtschaftlichen Problemstellungen quantitativer Art notwendig sind. Die Studierenden erwerben grundlegendes Wissen auf dem Gebiet der Finanzmathematik und der Statistik.

Modulcode

4AM-MATHE-10

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 1

Dauer

1 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

keine

Lerninhalte

- Lineare Restriktionssysteme
 - Matrizenrechnung mit ökonomischen Anwendungen
 - Lineare Gleichungen und Ungleichungen
 - Lineare Gleichungssysteme mit ökonomischen Anwendungen
 - Lösungsverfahren /Gaußscher Algorithmus
- Lineare Optimierung
 - Begriffsbestimmung und Gegenstand
 - Modellbildung
 - Grafische Lösung von Linearen Optimierungsaufgaben (LOA)
 - Gleichungsform der LOA
 - Simplexalgorithmus für LOA in Gleichungsform
 - Lösungsalgorithmus für das Transportproblem
- Differentialrechnung
 - Funktionen mit einer unabhängigen Veränderlichen
 - Funktionen mit mehreren unabhängigen Veränderlichen
 - Partielle Ableitungen
 - Ökonomische Anwendungen von Extremwertproblemen
- Finanzmathematik
 - Mathematische Grundlagen (arithmetische und geometrische Folgen und Reihen)
 - Einfache Zinsrechnung
 - Kontokorrentrechnung/Saldenmethode
 - Zinseszinsrechnung und gemischte Verzinsung
 - Äquivalenzprinzip der Finanzmathematik
 - Unterjährige Verzinsung /Effektivzins

- Statistik
 - Kombinatorik
 - Darstellung von Daten
 - ABC-XYZ- Analyse
 - Mittelwerte
 - Streuungsmaße
 - Indexzahlen
 - Korrelation und Regression
 - Zeitreihenanalyse
 - Wahrscheinlichkeitsrechnung
 - Verteilungen und Stichprobenverfahren
 - Schätzverfahren
 - Testverfahren

Fallstudie: Analyse von Leistungsangeboten im Service mit dem Ziel der Maximierung des Gewinns sowie Minimierung der Verluste auf Basis mathematischer Modelle (in EvL in der Praxis).

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die Mathematik als Hilfsmittel bei Planungs- und Entscheidungsproblemen der wirtschaftlichen Praxis.
- wichtige finanzmathematische und statistische Methoden und Algorithmen, die für die Wirtschaftswissenschaften relevant sind.
- die numerischen Methoden der Matrizenrechnung zur Lösung von linearen Gleichungssystemen.

Fertigkeiten

Die Absolventen sind in der Lage,

- Trendanalysen durchzuführen, um wirtschaftliche Risiken abschätzen zu können.
- die Aussagefähigkeit relevanter statistischer Daten abzuschätzen.
- unter Einhaltung eines akzeptablen Restrisikos den Umfang von statistischen Untersuchungen zu berechnen.
- Prozesse zur Gewinnmaximierung und Verlustminimierung zu optimieren.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können,

- sich unterschiedliche praktische Problemstellungen selbstständig aneignen, mathematische und statistische Methoden auswählen und gezielt anwenden sowie das ermittelte Ergebnis in seiner betriebswirtschaftlichen Relevanz interpretieren.
- unter Beachtung aller Randbedingungen mathematisch korrekt arbeiten.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können,

- auf der Grundlage der vermittelten Methodenkompetenz sich selbstständig mathematische Fertigkeiten aneignen und fachübergreifend anwenden.
- Problemstellungen als ein komplexes und ganzheitliches System, welches durch viele betriebswirtschaftliche Faktoren beeinflusst werden kann, verstehen.

- die Lösungsmethodik und das Ergebnis ihrer Arbeit interpretieren, kritisch einschätzen und mit Fachleuten diskutieren.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	30
Übung	50
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	100
Workload Gesamt	180

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur	180	1. Semester	100 %	1

Modulverantwortlicher

Dr. rer. pol. Roy Fritzsche

E-Mail: fritzsche@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Bleymüller, J.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München
- Papula, L.: Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler, Bd. 1 und 2, Vieweg Verlag
- Papula, L.: Mathematische Formelsammlung für Ingenieure und Naturwissenschaftler, Vieweg Verlag
- Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1: Grundlagen. NWB Verlag, Herne

- Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 2: Differential- und Integralrechnung. NWB Verlag, Herne
- Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 3: Lineare Algebra, Lineare Optimierung und Graphentheorie. NWB Verlag, Herne
- Tietze, J: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Braunschweig / Wiesbaden

Vertiefende Literatur

- Bronstein, I.-N./ Musiol, G./ Muehlig, H./ Semendjajew, K. A.: Taschenbuch der Mathematik, Verlag Deutsch Harri GmbH
- Hanke-Bourgeois, M.: Grundlagen der Numerischen Mathematik und des Wissenschaftlichen Rechnens, Verlag Teubner B.G. GmbH
- Luderer, B./ Würker, U.: Einstieg in die Wirtschaftsmathematik, Verlag Teubner B.G. GmbH

Technische Grundlagen

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden in der Lage sind, die Interdependenzen und Redundanzen der Einzeldisziplinen zu kennen. Die Studierenden sollen mit Hilfe von vernetzbarem technischem Basiswissen die Möglichkeiten zur Entwicklung einer automobiltechnischen Fachkompetenz erhalten.

Modulcode

4AM-TEGRD-10

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 1

Dauer

1 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangsspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen sowie den angebotenen Laborpraktika

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

keine

Lerninhalte

Inhalt 1 – Grundlagen der Informatik

- Überblick über Hard- und Software
- IT-Anwendungen und Methoden
- Organisation der betrieblichen Informatik
- Grundlegende Funktionen von Computer und Betriebssystem (von-Neumann-Architektur)
- VBA-Programmierung mit Microsoft Office als Einstieg in die Programmierung
 - Grundlegende und strukturierte Datentypen in Visual Basic
 - Grundprinzipien der strukturierten Programmierung
- Datenbanktechnologie
 - Grundlagen von Datenbanken
 - Erstellen einer einfachen Datenbank unter Verwendung eines Standardprogramms
 - Verwenden von Formularen
 - Informationsabfrage mit Such-, Auswahl- und Sortierfunktionen
- Business Computing Labor: Lösung von betriebswirtschaftlichen Problemstellungen mit Hilfe von Office-Produkten (Optimierungsmodelle, Kalkulationsschemata)

Fallstudie: Analyse der im Unternehmen vorhandenen IT-Organisation und Ableitung von möglichen Potenzialen durch Prozessmodifikationen (EvL in der Praxis).

Inhalt 2 - Einführung in die angewandte Elektrotechnik/Elektronik

- Ausgewählte Grundlagen der Elektrotechnik/Elektronik
 - Ohmsches Gesetz
 - Bauteile – Widerstand, elektrische Quellen, Kondensator, Spule, Transformator
 - Berechnungsverfahren – Stern-Dreieck-Umwandlung, Überlagerungssatz, Ersatzquellen, Kirchhoffschen Sätze

- Grundlagen der Aktoren
- Beschreibung und Berechnung von Sinusvorgängen, Wechselstromerzeugung
- Induktionsgesetz, Selbstinduktion, Gegeninduktion
- elektrisches und magnetisches Feld (Durchflutungssatz)
- Schaltzeichen und Schaltpläne in der Kraftfahrzeugtechnik
- Elektroenergieversorgung in Kraftfahrzeugen
 - Starterakkumulator
 - Drehfeldspannungsgenerator und Spannungsregler
- Leuchtmittel und Kleinmotoren in Kraftfahrzeugen
- Fahrdynamische Regelsysteme
 - Antiblockiersystem
 - ESP

Fallstudie: Analyse von Schaltzeichen und Schaltplänen der im Unternehmen angebotenen bzw. zu wartenden Automobile (EvL in der Praxis)

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die wesentlichen Elemente der Informations- und Kommunikationstechnik, die Bestandteile eines Computersystems und deren grundlegende Funktionsweisen.
- die Basics der Programmierung sowie den Einfluss der Informatik auf die Ingenieurmethoden und die moderne Arbeitswelt, insbesondere der Informationsdarstellung und objektorientierten Programmierung.
- die physikalischen Zusammenhänge zwischen elektrischen Grundgesetzen und Systemaufbauten sowie deren Funktion im Kraftfahrzeug.
- analoganzeigende Messgeräte und Digitalgeräte zur Signalverarbeitung.
- die Boolesche Schaltalgebra.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- geeignete Hardware, Betriebssysteme und grundlegende Anwenderprogramme auszuwählen.
- einfache Programmieraufgaben zu analysieren und Lösungsansätze zu erstellen.
- elementare lineare elektrische Schaltungen und Leitungen zu dimensionieren.
- durch das Darstellen elektrischer Systemkomponenten, Vor- und Nachteile elektrischer Bauteile oder Baugruppen zu bewerten.
- kausale Systemzusammenhänge der Steuerungstechnik zu erfassen und hinsichtlich deren Bearbeitung strukturierte Lösungen zu entwickeln.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- die Grundprinzipien einer Programmiersprache zur Lösung betriebswirtschaftlicher und ingenieurtechnischer Probleme anwenden.
- für den betrieblichen Alltag selbständig individuelle (Software-) Werkzeuge entwickeln, um die eigene Arbeit effizienter zu gestalten.
- kausale Zusammenhänge von Systemen erkennen und deren Verhalten beurteilen.
- die Funktion elektrischer Anlagenkomponenten bewerten und Systemprüfungen durchführen.

- einfache steuerungstechnische Aufgabenstellungen mittels Anwendung von Grundgesetzen der Schaltalgebra lösen und entsprechende Schaltungen interpretieren.

Soziale Kompetenzen

- Die Studierenden können mit anderen Abteilungen (z.B. Rechenzentrum, Planung) kommunizieren und fehlende Informationen aus vorgegebenen und anderen Quellen beschaffen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen (Workload)	Inhalt 1	Inhalt 2
Präsenzveranstaltungen		
Vorlesung	20	30
Seminar	42	
Laborpraktika	8	10
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium	50	20
Summe	120	60
Workload Gesamt	180	

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur (Inhalt 1)	120	1. Semester	100%	2
Klausur (Inhalt 2)	60			

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Torsten Olschewski

E-Mail: olschewski@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

- Demonstration typischer Bauteile und Baugruppen sowie analoganzeigender elektrischer Messgeräte und Digitalgeräte
- Einsatz von Experimentierboards zur Schaltungstechnik (Boolesche Algebra/Digitaltechnik)

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Autorenkollektiv Bosch: Autoelektrik - Autoelektronik, Vieweg-Verlag, Wiesbaden
- Doberenz W.: Kowalski T.: Visual Basic 6 – Grundlagen und Profiwissen, Hanser Fachbuch Verlag München
- Frohne, H./ Harriehausen, Th./ Löcherer, K.-H./ Müller, H./ Schwarzenau, D.: Grundlagen der Elektrotechnik, Teubner B.G. GmbH
- Gumm H. P./ Sommer M.: Einführung in die Informatik, Auflage: Oldenbourg Verlag München
- Hering, E./ Bressler, K./ Gutekunst, J.: Elektronik für Ingenieure und Naturwissenschaftler, Springer-Verlag
- Lambert, S./ Lambert, D./ Preppernau, J.: Microsoft Office Access 2007 - Das offizielle Trainingsbuch, Microsoft GmbH
- Reif, K.: Automobilelektronik, Vieweg-Verlag, Wiesbaden

Vertiefende Literatur

- Kasedorf, J./ Koch, R.: Service-Fibel für die Kfz-Elektrik - Eine Einführung in die Kraftfahrzeug-Elektrik; Vogel Verlag
- Brause, R.: Kompendium der Informationstechnologie - Hardware, Software, Client-Server Systeme, Netzwerke, Datenbanken, Springer Verlag, Heidelberg
- Hansen H. R.; Neumann G.: Wirtschaftsinformatik 1, UTB Verlag Stuttgart
- Borucki, Lorenz: Digitaltechnik; Teubner B.G. GmbH
- Hamann, K./ Drotziger, K.: Formeln Kfz-Elektrik/Kfz-Elektronik, Kieser-Verlag, Neusäß

Grundlagen der Werkstoff- und Fertigungstechnik

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden chemische Grundkenntnisse beherrschen, die zur Anwendung in der Praxis und zur naturwissenschaftlichen Modellierung technischer Problemstellungen als Basis für die in Automobilen zum Einsatz kommenden Werkstoffe, Technologien und Techniken der Werkstoffprüfung befähigen.

Die Studierenden erkennen die wesentlichen Abhängigkeiten bzw. Wechselwirkungen zwischen der Werkstoff- und der Fertigungstechnik.

Modulcode

4AM-WSFTE-10

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 1

Dauer

1 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangsspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen sowie den angebotenen Laborpraktika

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

keine

Lerninhalte

Inhalt 1 – Chemie und Werkstoffkunde

- Elektrochemie: Galvanisches Element, Spannungsreihe, Faraday'sches Gesetz, Elektrolyse, Korrosion
- Chemie der Arbeitsstoffe, Frostschutzmittel, Öle, Hydraulikmedien, Kraftstoffe (konventionell und alternativ)
- Verbrennungslehre
- Aufbau und Eigenschaften automobilspezifischer metallischer und nichtmetallischer Werkstoffe
- Internationale Werkstoffkennzeichnung und Anwendung der Normen
- Formen der Werkstoffprüfung und Bewertung charakteristischer Werkstoffmerkmale
- Verfahren der Herstellung und Verarbeitung der Werkstoffe (besonders Wärme- und Oberflächenbehandlungsverfahren)
- Korrosion und Korrosionsschutz, Verschleiß und Verschleißschutz

Fallstudie: Analyse vorhandener Umweltschutzmaßnahmen in Bezug auf die verwendeten betrieblichen Hilfsmittel (EvL in der Praxis).

Inhalt 2 – Fertigungstechnik

- Grundlagen der Fertigungstechnik, Verfahrensgliederung und Charakteristik
- Fertigungstechnische Grenzen der Anwendbarkeit von Werkstoffen
- Urformen, Umformen und Trennen von Blech und Kunststoffen
 - Einsatzbeispiele der Umformtechnik im Automobilbau
 - theoretische Betrachtung der Fließkurve

- Plastizitätstheorien
- Massivumformen
- Blechumformen
- Fügen, Beschichten, Stoffeigenschaftsänderung → bringe ich nicht, sollte mit in der Werkstofftechnik kommen
- Trennende Verfahren
 - Spanende Verfahren (Drehen, Fräsen, Räumen, Schleifen, Läppen usw.)
 - Abtragende Verfahren (Laser- und Wasserstrahlschneiden, Erodieren)
- Rapid-Prototyping-Verfahren
 - Grundlagen und Vorgehensweise
 - Schnelle Herstellung von Prototypen
 - Verfahren und Modelleigenschaften
 - Entwicklungstendenzen

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die chemischen Grundlagen und die daraus resultierenden Lösungsansätze für das umweltschonende Betreiben von Kraftfahrzeugen.
- die Elektrochemie als Ursache für Korrosionsprobleme.
- die stöchiometrischen Zusammenhänge und können einfache Berechnungen vornehmen.
- automobilspezifische Werkstoffe (Bezeichnung, Eigenschaften, Anwendung, mögliche Fertigungsverfahren).

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- Eigenschaften und chemische Prozesse, technisch relevanter Stoffe, richtig zu interpretieren.
- werkstoffbezogene Probleme zu erkennen und Schlussfolgerungen (z.B. bei Schadensfällen, Gewährleistungsansprüchen ...) abzuleiten.
- ausgewählte Werkstoffprüfverfahren anzuwenden.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- die Wirkung der Fertigungsparameter ausgewählter Fertigungsverfahren für Qualität und Kosten einschätzen und daraus Konsequenzen für die Anwendung dieser Verfahren ziehen.
- die Zusammenhänge zwischen fertigungsgerechtem Konstruieren und Fertigungsfolgekosten, insbesondere für den Service, einschätzen.
- den Zusammenhang zwischen der Werkstoffauswahl und den daraus folgenden Fertigungsprozessen herstellen.
- einen Überblick über die wichtigsten automobilspezifischen Fertigungsverfahren geben sowie die verschiedenen mechanischen, thermischen und chemischen Wirkprinzipien zur Herstellung technischer Produkte einordnen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- über werkstoffbezogene Probleme und Aufgabenstellungen kommunizieren.

- über Lösungen oder Lösungsansätze zu diskutieren und so in der interdisziplinären Zusammenarbeit die werkstoff- und fertigungsbezogenen Probleme effektiv lösen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen (Workload)	Inhalt 1	Inhalt 2
Präsenzveranstaltungen		
Vorlesung	30	
Seminar	22	26
Laborpraktika	8	4
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium	60	30
Summe	120	60
Workload Gesamt	180	

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur (Inhalt 1)	120	1. Semester	100%	1
Klausur (Inhalt 2)	60			

Modulverantwortlicher

Prof. Dr.-Ing. Steffen Heinrich

E-Mail: heinrich@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

Skript, Tafel, Projektor, PC mit Beamer, Video

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

Werkstofftechnik

- Awiszus, B./ Bast, J./ Dürr, H.: Grundlagen der Fertigungstechnik; Hanser Fachbuchverlag
- Illschner, B./ Singer, R. F.: Werkstoffwissenschaften und Fertigungstechnik, Springer
- König, W./ Klocke, F.: Fertigungsverfahren, Bd.4 - Umformtechnik; Springer, Heidelberg
- König, W./ Klocke, F.: Fertigungsverfahren, Bd.5 - Blechbearbeitung; Springer, Heidelberg
- Latscha, H. P./ Klein, H. A.: Anorganische Chemie – Basiswissen Chemie I, Springer-Verlag
- Merkel, T./ Thomas, K.-H.: Taschenbuch der Werkstoffe, Hanser Fachbuchverlag
- Roos, E./ Maile, K.: Werkstoffkunde für Ingenieure; Springer Verlag
- Seidel, W.: Werkstofftechnik - Werkstoffe, Eigenschaften, Prüfung, Anwendung, Hanser Fachbuchverlag

Fertigungstechnik

- Bergmann, W.: Werkstofftechnik 1. Anwendung, Hanser Fachbuchverlag
- Bergmann, W.: Werkstofftechnik 2. Anwendung, Hanser Fachbuchverlag
- DIN Deutsches Institut für Normung e. V. (Hrsg.): Korrosion und Korrosionsschutz - Beurteilung, Prüfung, Schutzmaßnahmen. Normen, Technische Regeln, Beuth-Verlag
- Friedrich, W.: Friedrich Tabellenbuch – Metall- und Maschinentechnik; Bildungsverlag EINS
- Fritz, A./ Schulze, G.: Fertigungstechnik, Springer, Berlin
- Hornbogen, E./ Jost, N.: Fragen und Antworten zu Werkstoffen, Springer
- Lange, K.: Umformtechnik I. Grundlagen. Handbuch für Industrie und Wissenschaft; Springer-Verlag GmbH, Berlin
- Lautenschläger, K.-H./ Schröter, W./ Wanninger, A.: Taschenbuch der Chemie, Verlag Harri Deutsch
- Sicherheitsdatenblätter (Kraftstoff, Schmierstoff, Kältemittel, Frostschutzmittel, Hydraulikmedien)
- Weiß, R./ Sander, M.: REACH in der Praxis – Das neue EU-Chemikalienrecht, Bundesanzeiger Verlag
- Weißbach: Werkstoffkunde und Werkstoffprüfung, Vieweg Verlag

Konstruktionslehre und CAD

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden die Bedeutung der Konstruktion innerhalb des Unternehmens sowie während des gesamten Produktlebenszyklus erkennen und die erlernten Strategien für die Entwicklung, Nutzung und Entsorgung neuer Produkte anwenden können. Basis hierfür ist die Entwicklung des räumlichen Vorstellungsvermögens sowie der Grundfertigkeit zur Anfertigung technischer Zeichnungen. Die Studierenden sollen befähigt werden, einfache technische Zeichnungen manuell und per CAD normgerecht zur Herstellung und Produktion von Produkten zu erstellen.

Modulcode

4AM-KONS-12

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 1

Dauer

2 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangsspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzstunden

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

keine

Lerninhalte

Konstruktionslehre (Inhalt 1)

- Konstruktionssystematik
 - Grundlagen zum Produktlebenszyklus
 - Konstruktionsphasen
- Geometrische Grundkonstruktionen
- Projektionslehre
 - Eintafel-,
 - Zweitafel- und
 - Dreitafelprojektion
- Zeichnungssystematik
- Normgerechte Bemaßung
- Darstellung genormter Bauteile

CAD (Inhalt 2)

- Aufbau von CAD-Systemen und deren Bedienoberfläche
- Grundlegende Arbeitsschritte zur Erstellung von Einzelteilen
 - Arbeiten mit Layern und Gruppen
 - Erstellen von Linien, Kreisen, Bögen, Schraffuren, Bemaßungen und Texten
 - Anpassung und Ändern von bereits gezeichneten Objekten
 - Ausgabe von Zeichnungen in vorgegebenen Zeichnungsformaten
 - Erzeugung von Kurven, Flächen, Flächenverbänden und daraus resultierenden Volumen (Solids)
- 3-D Modulierung von Einzelteilen aus dem Automobilbereich

- **Fallstudie:** Analyse vorhandener Produktdokumentationen (z.B. Explosionszeichnungen) und Ableitung einer Arbeits-/Handlungsanweisung, anhand einer ausgewählten Baugruppe für alle tangierenden Unternehmensbereiche. (EvL in der Praxis)

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die Konstruktionsphasen nach VDI 2221/2222.
- die Bedeutung von technischen Zeichnungen, Stücklisten und anderer Dokumentationen für die Herstellung, Nutzung und Entsorgung von Produkten.
- den strukturellen Aufbau von CAD-Systemen.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- neue oder zu verändernde Produkt- bzw. Dienstleistungsideen, unter Zuhilfenahme erlernter Methoden, systematisch und zeitoptimiert zu entwickeln.
- Schnittdarstellung und Durchdringungen von Körpern sowie das Erstellen normgerechter technischer Zeichnungen, incl. Bemaßung zu erstellen.
- dreidimensionale Einzelteile und Baugruppen mit einem CAD-System zu modellieren.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- die im Unternehmen verwendeten Produktdokumentationen (z.B. Einzelteilzeichnungen, Explosionszeichnungen) fachlich beurteilen.
- Produkte bzw. Dienstleistungen innerhalb der Produktlebenszyklen einordnen und erforderliche Schritte (z.B. Entwicklung von Produkt-/ Dienstleistungsvarianten) ableiten, um langfristig wirtschaftlichen Unternehmenserfolg zu sichern.
- einfache Konstruktionszeichnungen analysieren sowie markante Merkmale von Einzelteilen, Baugruppen und Systemen von Explosionszeichnungen identifizieren und in das Gesamtsystem einordnen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- unterschiedliche Methoden (diskursive oder intuitive Ideenfindungsmethoden, Kreativitätsansätze) im Hinblick auf das zu lösende Problem anzuwenden und dabei zielorientiert verschiedenste Fachbereiche und Fachkompetenzen miteinander zu vereinen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Inhalt 1	Inhalt 2
Präsenzveranstaltungen		
Vorlesung	30	
Seminar	30	20
Übung		20
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium	30	50
Summe	90	90
Workload Gesamt	90	

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur (Inhalt 1)	90	1. Semester	50%	1
PC (Inhalt 2)	90	2. Semester	50%	

Modulverantwortlicher

Prof. Dr.-Ing. Torsten Olschewski

E-Mail: olschewski@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

Skripte mit Lückentexten

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienaussgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Conrad, K.-J.: Grundlagen der Konstruktionslehre, Fachbuchverlag Leipzig
- Fucke, R./ Kirsch, K. / Nickel, H.: Darstellende Geometrie für Ingenieure, Fachbuchverlag Leipzig
- Hoischen, H./ Hesser, W.: Technisches Zeichnen, Cornelsen Verlag, Berlin
- Hoischen, H./ Kriebel, J.: Praxis des Technischen Zeichnens. Cornelsen Verlag, Berlin
- Pahl, G./ Beitz, W.: Konstruktionslehre: Grundlagen Erfolgreicher Produktentwicklung. Methoden und Anwendung. Springer Verlag, Berlin

Vertiefende Literatur

- Friedrich, W./ Lipsmeier, A.: Friedrich Tabellenbuch, Metalltechnik und Maschinentechnik. Bildungsverlag E1NS, Troisdorf
- Jordan, W.: Form- und Lagetoleranzen, Hanser Fachbuchverlag
- Klein, M.: Einführung in die DIN-Normen, Teubner-Verlag
- Labisch, S./Weber, C.: Technisches Zeichnen, Viewegs Fachbücher der Technik, Wiesbaden
- Muhs, D./ Wittel, H./ Jannasch, D./ Voßiek, J.: Roloff/Matek - Maschinenelemente, Vieweg-Verlag, Wiesbaden

Fahrphysikalische Grundlagen, Fahrzeugkonzepte und -strukturen

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden die physikalischen Grundprinzipien zur Entwicklung von Automobilen kennen. Es wird ein grundlegender Überblick über die Kraftfahrzeugtechnik gegeben. Hierbei werden die Studierenden in die Lage versetzt, Einzelkomponenten in das Gesamtsystem einzuordnen. Dabei ist die Entwicklung des Basiswissens, wie ein Fahrzeug funktioniert, auf welchen fahrphysikalischen Eigenschaften dies beruht und welche Komponenten in einem Fahrzeug zur Erreichung bestimmter Fahreigenschaften zusammenwirken, maßgebend.

Modulcode

4AM-FHZKO-20

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 2

Dauer

1 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Allgemeines technisches Grundverständnis und Kenntnisse insbesondere in Physik, Mathematik, und Werkstoffen

Lerninhalte

Fahrphysikalische Grundlagen

- Grundlagen Kinematik und Dynamik der geradlinigen Bewegung
- Äußere Kräfte am radgetriebenen Fahrzeug
- Antriebsleistung, mechanische Arbeit
- Kraftstoffverbrauch, Prüfstandformel, mechanischer Wirkungsgrad
- Streckenverbrauch und CO₂ - Ausstoß
- Nutzleistung, Motordrehmoment, Drehzahl
- Reifen, Rad und Bremsen
- Kurvenfahrt, Gesamtbeschleunigung
- Schwerpunkt und Kippmoment

Fahrzeugkonzepte und -strukturen

- Mobilität
 - Entwicklung und Arten der Mobilität
 - Geschichtliche Entwicklung und Meilensteine der Produktion
 - Anforderungen und Zielkonflikte (Kunden, Umwelt, Technik, Gesetze)
- Automobildesign und Technik
 - Design (Formgebung, Funktionalität, Technik)
 - Fahrzeugkonzepte und Package
 - Antriebsvarianten

- **Fallstudie:** Klassifizierung unternehmensspezifischer Fahrzeugkonzepte und deren Auswirkungen auf den Service. (EvL in Praxis)

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die theoretischen Zusammenhänge der Fahrphysik und deren Grundprinzipien.
- die Bearbeitung physikalisch-technischer Fragestellungen (Problemerkennung, Problemformulierung).
- die fundamentalen Naturgesetze der Translation und Rotation.
- die Entwicklungsphasen des Automobils, die Schnittstellen zur Umwelt und deren gesetzliche Rahmenbedingungen.
- die Funktionen einzelner Fahrzeugkomponenten und deren Integration in das Gesamtsystem.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- die Bewegungsabläufe von Körpern zu analysieren und mathematisch zu beschreiben.
- technische Anwendungen im Hinblick auf physikalische Gesetzmäßigkeiten zu prüfen.
- Aufgaben logisch zu durchdenken, Formeln anzuwenden und Messergebnisse bei der Lösung physikalischer Aufgaben zu interpretieren.
- die Wechselwirkung zwischen Formgebung und technischer Machbarkeit, bezogen auf das Automobil design und Technik, zu beschreiben.
- Lösungen zwischen technischen Zwängen, wie Aerodynamik, Produktion, Gesetzes- und Kundenanforderungen aufzuzeigen.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- natürliche Systeme und Vorgänge auf Basis physikalischer Grundideen analysieren, mit den entsprechenden physikalischen Gesetzen beschreiben und Berechnungen für gegebene Systemparameter durchführen, um zu verwertbaren Prinzipialösungen zu gelangen.
- unterschiedliche Konstruktionslösungen im Automobil interpretieren und servicerelevante Schlussfolgerungen daraus ableiten.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- auf naturwissenschaftlich-technischem Gebiet interdisziplinär und projektgebunden arbeiten.
- die Verantwortung und Bedeutung der Komponentenentwickler für Entwicklung instandhaltungsgerechter technischer Systeme erkennen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	50
Seminar	30
Eigenverantwortliches Lernen	
Exkursion	8
Selbststudium	92
Workload Gesamt	180

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur	180	2. Semester	100 %	2

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Hilmar Helms

E-Mail: automobilmanagement@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

Unterrichtsbegleitmaterial CD-ROM zu unterschiedlichsten Themen der Kraftfahrzeugtechnik

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Braess, H.-H./ Seifert, U. (Hrsg.): Automobildesign und Technik, Formgebung, Funktionalität, Technik, Vieweg+Teubner Verlag
- Braess, H.-H./ Seifert, U.: Vieweg Handbuch Kraftfahrzeugtechnik, Vieweg Verlag

- Buschmann, H./ Kößler, P.: Handbuch für den Kraftfahrzeugingenieur, Deutsche Verlags-Anstalt
- Döringer, H.-D./ Ehrhardt, H./ Ehrhardt, K.H. u.a.: Kraftfahrzeugtechnologie, Verlag Handwerk und Technik Hamburg
- Gscheidle, R.(Ltg.): Rechenbuch Kraftfahrzeugtechnik, Europa-Lehrmittel-Verlag
- Gscheidle, R.(Ltg.): Tabellenbuch Kraftfahrzeugtechnik, Europa-Lehrmittel-Verlag

Vertiefende Literatur

- Automobiltechnische Zeitschrift (ATZ), Vieweg-Verlag, diverse Hefte
- Autotechnik aktuell, Motorbuch Verlag
- Bosch GmbH (Hrsg.): Fachkunde Kraftfahrzeugtechnik, Europa-Lehrmittel-Verlag
- Bosch GmbH (Hrsg.): Fachwörterbuch Kraftfahrzeugtechnik, Vieweg Verlag
- Bosch GmbH (Hrsg.): Kraftfahrtechnisches Taschenbuch, Vieweg Verlag
- Cornel, S.: Alternative Antriebe für Automobile. Hybridsysteme, Brennstoffzellen, alternative Energieträger, Springer
- Deus, P./ Stolz, W.: Physik in Übungsaufgaben, Teubner B.G. GmbH, Leipzig
- Geitmann, S.: Erneuerbare Energien und alternative Kraftstoffe. Mit neuer Energie in die Zukunft; Hydrogeit
- Hering, H./ Martin, R./ Stohrer, M.: Physik für Ingenieure, Springer-Verlag GmbH, Berlin
- Mills, David: Arbeitsbuch zu Physik für Wissenschaftler und Ingenieure von Tipler/ Mosca. Spektrum-Akademischer Verlag

Antriebstechnik und Kraftübertragung

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden einen Überblick über die Antriebsarten eines Kfz sowie aller relevanten Baugruppen des Antriebsstrangs und somit den Komponenten der Kraftübertragung, die zwischen Motor und den Antriebsrädern eines Kraftfahrzeugs angeordnet sind erhalten. Dabei werden sie befähigt, die Hauptaufgaben der Kraftübertragung, d.h. die Weiterleitung, die Verteilung und die Regelung des Drehmoments und der Drehzahl einschließlich der Widerstände und Verluste aufzuzeigen und zu berechnen.

Modulcode

4AM-ANTRI-30

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 3

Dauer

1 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

4AM-FHZKO-20

Lerninhalte

Antriebstechnik

- Komponenten und Aufbau des Antriebsstrangs
- Antriebskonzepte
- Verbrennungsmotoren
 - Aufbau und Wirkungsweise
 - Physikalische und chemische Grundlagen
 - Ottomotor und Dieselmotor
 - Motorkennlinien
 - Motormechanik
 - Gemischaufbereitung bei Verbrennungsmotoren
 - Schadstoffminderung (Abgassysteme)
 - Kühlung und Schmiersysteme
- Alternative Antriebstechnologien
 - Hybridantrieb
 - elektrischer Antrieb
 - Brennstoffzellenantrieb
 - Gasantrieb
- Kraftstoffsystem
 - Gesetzliche Vorschriften
 - Alternative Kraftstoffe im Vergleich
 - Kraftstoffversorgungsanlagen

Kraftübertragung

- Kupplungen
 - Aufgaben und Anordnung im Antriebsstrang
 - Bauarten
 - Aufbau und Arbeitsweisen
- Getriebe
 - Getriebekonzepte
 - Manuelle Wechselgetriebe
 - Automatische Wechselgetriebe
 - Achs-, Ausgleichs- und Verteilergetriebe
 - Wandlergetriebe
 - Allradantrieb
- Gelenkwellen, Antriebswellen, Gelenke

Grundlagen der Steuer- und Regelungstechnik

- Grundbegriffe - Steuern, Regeln
- Grundgesetze der Booleschen Algebra
- Kennwerte elektrische Messgrößen; Messprinzipien
- Signalverstärkung, Operationsverstärker (mathematische Bearbeitung, Modulation)
- Grundlagen der Digitaltechnik hinsichtlich Informationsdarstellung und –verarbeitung sowie deren technische Realisierung (AD-/DA-Wandlung, Komprimierung)
- **Fallstudie:** Analyse zukünftiger Antriebskonzepte Ableitung von Restriktionen für das Unternehmen bezogen von Mitarbeiter und Technik. (EvL in der Praxis)

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die Anforderungen an Antriebssysteme (Fahrsicherheit, Fahrkomfort, Traktion, Wirtschaftlichkeit).
- die aktuellen Antriebskonzepte.
- Kenntnisse zum Aufbau, den Arten und der Anwendung von Bremssystemen.
- analoganzeigende Messgeräte und Digitalgeräte zur Signalverarbeitung.
- die Boolesche Schaltalgebra.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- die Auswirkungen der unterschiedlichen Antriebskonzepte auf die Fahreigenschaften sowie die der Konstruktion im Kraftfahrzeug beschreiben.
- kausale Systemzusammenhänge der Steuerungstechnik zu erfassen und hinsichtlich deren Bearbeitung strukturierte Lösungen zu entwickeln.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- die bei der Kraftübertragung beteiligten Baugruppen zwischen Motor und Antriebsrädern identifizieren, anordnen und den Energiefluss innerhalb der Teilsysteme aufzeigen (Input und Output der Teilsysteme).

- die in Automobilen gängigen Antriebssysteme vom Motor über Kupplung und Getriebe bis hin zu den Antriebsrädern in ihrer Funktionsweise beschreiben. Hierbei können sie, Motorkonzepte, Antriebsstrangauslegungen, verschiedene Anforderungen hinsichtlich Fahrwiderstände, Kraftstoffverbrauch usw. gegenüberstellen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- eine lösungsorientierte Kommunikation zwischen den Bereichen des Service und dem Kunden führen.
- mit der erworbenen technischen Fachkompetenz den steigenden Anforderungen eines kundenorientierten Services gerechtwerden.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	32
Seminar	42
Laborpraktika	10
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	96
Workload Gesamt	180

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur	180	3. Semester	100%	3

Modulverantwortlicher

Herr Dipl.-Ing. Günter Lorenz

E-Mail: automobilmanagement@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

Skript, Tafel, Projektor, PC mit Beamer, Video

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Braess, H.-H./ Seifert, U.: Vieweg Handbuch Kraftfahrzeugtechnik, Vieweg Verlag
- Breuer, B./ Bill, K.-H.: Bremsenhandbuch - Grundlagen, Komponenten, Systeme, Fahrdynamik, Vieweg Verlag
- Förster, H. J.: Die Kraftübertragung im Fahrzeug vom Motor bis zu den Rädern, Verlag TÜV Rheinland, Köln
- Gerigk, P./ Bruhn, D./ Danner, D.: Kraftfahrzeugtechnik, Westermann

Vertiefende Literatur

- Automobiltechnische Zeitschrift (ATZ), Vieweg-Verlag, diverse Hefte
- Autotechnik aktuell, Motorbuch Verlag
- Bosch GmbH (Hrsg.): Fachkunde Kraftfahrzeugtechnik, Europa-Lehrmittel-Verlag
- Bosch GmbH (Hrsg.): Fachwörterbuch Kraftfahrzeugtechnik, Vieweg Verlag
- Bosch: Kraftfahrtechnisches Taschenbuch, Vieweg Verlag
- Döringer, H.-D./Ehrhardt, H./ Ehrhardt, K.H. u.a.: Kraftfahrzeugtechnologie, Verlag Handwerk und Technik Hamburg
- Förster, H. J.: Automatische Fahrzeuggetriebe - Grundlagen, Berechnungen, Eigenschaften - , Springer Verlag, Berlin
- Reif, K.: Dieselmotor-Management im Überblick: einschließlich Abgastechnik, Springer-Vieweg Verlag
- Riedl, H.: Das Lexikon der Kraftfahrzeugtechnik, Motorbuch Verlag Pietsch

- Gevatter, H. J.: Handbuch der Mess- und Automatisierungstechnik, Springer-Verlag GmbH
- Hoffmann, J.: Taschenbuch der Messtechnik, Fachbuchverlag Leipzig
- Lichtberger, Bernhard: Praktische Digitaltechnik, Hüthig Verlag
- Lindner, H./ Brauer, H./ Lehmann, C.: Taschenbuch der Elektrotechnik und Elektronik, Fachbuchverlag Leipzig

Fahrwerks- und Karosserietechnik

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden die Konstruktionsprinzipien der wichtigsten Fahrwerkskomponenten und Karosserievarianten kennen und die wesentlichen Entwicklungsziele der Automobilindustrie auf hohem Verständnisniveau ableiten können, welches den erfolgreichen Wissenstransfer für die Serviceaufgaben sicherstellt.

Insbesondere sollen die Studierenden sich die Fähigkeiten erarbeiten, konstruktive Vorteile aus der Kombination unterschiedlicher Werkstoffe und/oder Gestaltungsprinzipien für die Optimierung des Serviceaufwandes zu erkennen und geeignete Maßnahmen abzuleiten.

Modulcode

4AM-FAHKO-40

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 4

Dauer

1 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen sowie den angebotenen Laborpraktika

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

4AM-FHZKO-20, 4AM-ANTRI-30

Lerninhalte

Fahrwerkstechnik

- Fahrwerksgeometrie von zwei- und mehrspurigen Kraftfahrzeugen
 - Fahrdynamik und Fahrwerkskräfte
 - Längs-, Quer- und Vertikaldynamik
 - Fahrwerksgeometrie
- Bremsen
 - Grundlagen, Aufbau, Bremsvorgang und Auslegung
 - Bremssystemarten (mechanisch, hydraulisch, pneumatisch, elektrisch)
 - Betätigung (HBZ, BKV, BV, Bremsflüssigkeit)
 - elektronische Regelsysteme u. Antriebs- und Bremsregelsysteme (ABS, ASR, EBV, ESP, MSR)
 - Gesetzliche Bestimmungen
 - Assistenzsysteme (EBV, ACC, ...)
- Reifen und Räder
 - Aufbau
 - Kraftübertragung, Reifen-Fahrbahn
 - Reifen als integraler Baustein des Gesamtsystems Fahrzeug
 - Zukünftige Reifentechnologien
- Fahrwerksauslegung
 - Radaufhängungen
 - Federung, Dämpfung und Stabilisatoren
 - Lenkung und Lenksysteme

Karosserietechnik

- Karosseriebauweisen (selbsttragend, Space Frame, Cabriolet, Stahlleichtbau, Mischbauweise, Nutzfahrzeuge)
- Korrosions-, Oberflächen- und Transportschutz
- Fahrzeugsicherheit (Karosserieanforderungen, Kollisionsablauf, Insassenschutzsysteme)
- Karosserieschäden (Instandsetzungsschwerpunkte, Reparaturmethoden, Reparaturkostenkalkulationen)
- Vorschriften und gesetzliche Regelungen
- Fahrzeuginnenraum
- **Fallstudie:** Analyse des Produktportfolios in Bezug auf die Anwendung von Qualitätsstandards bei der Wartung und Instandsetzung von Bremsen und Karosserien im Unternehmen. (EvL in der Praxis)

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die Eigenschaften und Kenngrößen der Bauteile des Fahrwerkes (z.B. Räder, Radaufhängung, Lenkung und Bremsen).
- den Aufbau, die Arten und die Anwendung von Bremssystemen sowie Bremssystemassistenten.
- die Funktionsweise, Vor- und Nachteile unterschiedlicher Karosseriekonzepte.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- die Fahrwerkseigenschaften anhand ausgewählter Kenngrößen (z.B. Konstruktion der Radaufhängung, Abstimmung von Radstellungen...) zu bestimmen.
- die Wirkungsweise und Kennlinien der Federung zu beschreiben und daraus Schlüsse für das Verhalten von Fahrzeugen abzuleiten.
- aufbauend auf dem Wissen zur Wirkungsweise von Bremssystemen unterschiedliche Aufgabenfelder im Kraftfahrzeug abzuleiten sowie den Nutzen von elektronischen Fahrwerkssystemen zu begründen.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- die dem Fahrwerk zuordenbare Teile eines Fahrzeugs identifizieren und deren Eigenschaften charakterisieren. Sie können Parameter der Fahrwerksgeometrie beschreiben und deren Einfluss auf das Fahrverhalten aufzeigen.
- durch die vertieften Kenntnisse, aufbauend auf unterschiedlichen Antriebskonzepten, das Gesamtsystem Kraftfahrzeug beschreiben und den Energiefluss innerhalb der Teilsysteme aufzeigen (Input und Output der Teilsysteme).
- die Potentiale unterschiedlicher Fahrwerks- und Karosseriekonzepte in Bezug auf eine kundenorientierte Instandhaltung bzw. Entsorgung erschließen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- eine lösungsorientierte Kommunikation zwischen den Bereichen des Services u. den Kunden führen.
- mit der erworbenen technischen Fachkompetenz den steigenden Anforderungen eines kundenorientierten Services gerecht werden.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	40
Seminar	50
Laborpraktika	10
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	80
Workload Gesamt	180

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur	180	4. Semester	100%	3

Modulverantwortlicher

Herr Dipl.-Ing. Günter Lorenz

E-Mail: automobilmanagement@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Braess, H.-H./ Seifert, U.: Vieweg Handbuch Kraftfahrzeugtechnik, Vieweg Verlag
- Breuer, B./ Bill, K.-H.: Bremsenhandbuch - Grundlagen, Komponenten, Systeme, Fahrdynamik, Vieweg Verlag
- Döringer, H.-D./Ehrhardt, H./ Ehrhardt, K.H. u.a.: Kraftfahrzeugtechnologie, Verlag Handwerk und Technik Hamburg
- Reimpell, J./ Betzler, J. W.: Fahrwerktechnik: Grundlagen, Vogel Verlag und Druck

Vertiefende Literatur

- Automobiltechnische Zeitschrift (ATZ), Vieweg-Verlag, diverse Hefte
- Bosch GmbH (Hrsg.): Fachkunde Kraftfahrzeugtechnik, Europa-Lehrmittel-Verlag
- Bosch GmbH (Hrsg.): Fachwörterbuch Kraftfahrzeugtechnik, Vieweg Verlag
- Bosch: Kraftfahrtechnisches Taschenbuch, Vieweg Verlag
- Heißing, B./ Ersoy, M./ Gies, S.: Fahrwerkhandbuch: Grundlagen ° Fahrodynamik ° Komponenten ° Systeme ° Mechatronik ° Perspektiven, Springer-Viehweg Verlag
- Hoepke, E./ Breuer, S.: Nutzfahrzeugtechnik: Grundlagen, Systeme, Komponenten, Springer-Viehweg Verlag
- Pippert, H.: Karosserietechnik, Vogel Verlag und Druck
- Stoffregen, Jürgen: Motorradtechnik: Grundlagen und Konzepte von Motor. Antrieb und Fahrwerk, Springer-Viehweg Verlag

Fahrzeugelektrik und –elektronik

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden vertiefte Kenntnisse über elektronische Systeme im Kfz besitzen. Die Studierenden sollen die wachsende Bedeutung der Kfz-Elektronik für die heutige und zukünftige Automobiltechnik einordnen können und aktiv bei der Anpassung der Serviceleistungen mitwirken. Sie sollen Kenntnisse zum Aufbau und Wirkungsweise der Energieversorgung von Kraftfahrzeugen erwerben sowie Fehler in Stromkreisen mit Hilfe von Diagnosesystemen ermitteln können. Anhand ausgewählter komplexer Bauteile wird bei den Studierenden das Verständnis für die unterschiedlichen konstruktiven Ausführungen von elektrischen und elektronischen Systemen entwickelt.

Modulcode

4AM-ELO-50

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 5

Dauer

1 Semester

Credits

7

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen sowie den angebotenen Laborpraktika

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

4AM-TEGRD-10

Lerninhalte

Elektrische und elektronische Systeme und Diagnosesysteme

- Anforderungen an Kfz-Elektronik
- Elektromagnetische Verträglichkeit
- Energieversorgung
 - Lichtmaschine und Batteriesysteme
 - Drehstromgeneratoren
 - Erzeugung und Speicherung elektrischer Energie im Kfz
- Starter und Elektromotoren
 - Elektromotoren / Starter
 - Schrittmotoren
- Elektrische Bordnetze
- Steuergeräte (Aufbau, Funktion von Aktoren und Sensoren)
- Grundlagen und Anwendung moderner Diagnosetechnik zur Fehlererkennung
- Stromlaufpläne
- Funktionen und Anwendung von Multifunktions-testgeräte
- Beleuchtungs- und Signalanlagen
- Vernetzung der Systemkomponenten
- digitale Bussysteme im Kfz (LIN, CAN, MOST)

Angewandte Elektronik und Funktionen in modernen Kraftfahrzeugen

- Komfortsysteme
 - Zentralverriegelung
 - Fenster – und Dachantriebe
 - Vernetzte Funktionen im Fahrzeug
 - Fahrgeschwindigkeitsregelanlagen
 - Front / Side Assistent
 - Wegfahrsperr
- Sicherheitselektronik
 - Pyrotechnische Rückhaltesysteme
- Fahrsicherheitssysteme
 - Anti-Blockier-System
 - Antriebsschlupfreglung
 - Elektronisches Stabilisierungsprogramm
 - Elektronische Differenzialsperre
 - Ausbaumodule des ABS/ ESP – System
- Rechnergestützte Qualitätssicherung
- **Fallstudie:** Analyse der Ein- und Ausgangssignale eines selbst gewählten elektronischen Systems mit Hilfe eines Diagnosegerätes, wenn erforderlich Multimeter, Oszilloskop (EvL in der Praxis).

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- den Aufbau und die Funktionsweise ausgewählter elektrischer und elektronischer Systeme im Kraftfahrzeug (Starter, E-Motoren, Beleuchtung, Komfortsysteme, Sicherheitssysteme...).
- die gesetzlichen Grundlagen im Umgang und der Lagerung von pyrotechnischen Gegenständen.
- den Aufbau und die Funktionen von Sensoren/ Aktoren, den Empfang sowie die Verarbeitung von Signalen.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- Stromlaufpläne zu lesen und elektrische Zusammenhänge aus dem Stromlaufplan abzuleiten.
- mit Hilfe eines Multifunktionstestgerätes und Stromlaufplänen Fehler in einfachen Stromkreisen zu ermitteln.
- Module des Fahrsicherheitssystems zu erkennen und deren Funktionen im Gesamtsystem zu erläutern.
- den Aufbau und die Funktionsweise von LIN-, CAN- und MOST-Bussystemen zu beschreiben.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- komplexere technische Probleme und Aufgabenstellungen erfassen und lösen.
- die Signale der Bussysteme auf einem Digitaloszilloskop sichtbar machen und auswerten.
- mit Hilfe von Diagnosesystemen Fehler im Fahrzeug lokalisieren und durch eine geführte Fehlersuche genau bestimmen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen (Workload)	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	50
Seminar	40
Laborpraktika	20
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	100
Workload Gesamt	210

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Fallbeispiel	6 Seiten	5. Semester	30%	3
Klausur	120		70%	

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Konrad Rafeld

E-Mail: rafeld@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienaussage. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Döringer, H.-D./Ehrhardt, H./Ehrhardt, K.-M./ u.a.: Kraftfahrzeugtechnologie, Handwerk + Technik GmbH, Hamburg
- Drewitz, F. u.a.: Autoelektrik, Vieweg-Verlag
- Frohne/ Löcherer/ Müller/ Moeller: Grundlagen der Elektrotechnik, Teubner-Verlag
- Hamann, Drotziger: Formeln Kfz-Elektrik/Kfz-Elektronik, Kieser-Verlag, Neusäß
- Hering/ Gutekunst/ Martin/ Bressler/ Vogt: Elektrotechnik für Maschinenbauer, Springer-Verlag
- Hermer, A.: Kfz-Elektronik 1. Sicherheitssysteme, Vogel Verlag

- Herner, A.: Kfz-Elektronik 2. Fahrerinformations- und Kommunikationssysteme, Bussysteme, Vogel Verlag
- Kasedorf, J./ Koch, R.: Service-Fibel für die Kfz-Elektrik - Eine Einführung in die Kraftfahrzeug-Elektrik; Vogel Verlag
- Reif, K.: Automobilelektronik, Vieweg-Verlag, Wiesbaden

Informationstechnologie im Service

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden ein erhöhtes Verständnis für betriebliche Datenbank-, Ordnungs- und Informationssysteme im Servicemarkt des Automobilhandels gewonnen haben. Mit der praktischen Anwendung von Dealer-Management-Systemen sollen die erlangten Kenntnisse zur Abbildung der Geschäftsprozesse in den Bereichen Einkauf, Material- und Lagerwirtschaft, Vertrieb und Marketing, sowie Personal und Finanzen vertieft werden.

Die Anwendung von unternehmensinternen und -übergreifenden Kommunikationssystemen ist grundlegend für ein effizientes Beherrschen betrieblicher Prozesse. Das Einbeziehen erforderlicher datenschutzrechtlicher Aspekte ist dabei von großer Bedeutung.

Modulcode

4AM-INFO-60

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 6

Dauer

1 Semester

Credits

8

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

4AM-TEGRD-10; 4AM-EXREC-20; 4AM-INREC-30; 4AM-UPO-40

Lerninhalte

Dienstleistungs-, Planungs- und Steuerungssysteme

- Grundlagen von Datenbanksystemen
- Schnittstellen (Software, Hardware)
- Dealer-Management-Systeme (DMS)
 - Arten von DMS-Systemen
 - DMS im Automobilhandel und –service
 - Funktionsbereiche einer DMS-Software
- Technische und Kaufmännische Auftragsabwicklung
 - Ermittlung, Pflege und Analyse von Kundendaten
 - Elektronische Fahrzeugdatenverwaltung
 - Ersatzteilbestellung und –verwaltung
 - Verwaltung von Lieferantendaten
 - Auftragsverwaltung und –bearbeitung
- Externe Kataloge und Info-Systeme

Datenschutz

- Bereiche des betrieblichen Datenschutzes
- Aufgaben eines Datenschutzbeauftragten
- Landesdatenschutzgesetz, Bundesdatenschutzgesetz, Basel II

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die Grundprinzipien der modernen Softwarearchitektur und deren Einfluss auf die EDV im Unternehmen.
- die Prinzipien von Datenbankmodellen.
- die grundlegenden Funktionen von DMS-Systemen.
- die Bedeutung im Umgang mit arbeitsbereichsübergreifenden Daten.
- die wichtigsten Prinzipien des Datenschutzes.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- Kundendaten zielorientiert einzupflegen, anzuwenden und auszuwerten.
- unterschiedliche Kommunikations- und Planungssysteme einzuordnen und auszunutzen.
- technische Fahrzeugdaten zu ermitteln und für die Zuordnung von Kundenfahrzeugen anzuwenden.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- einen Auftrag von der Auftragsannahme bis zur Rechnungslegung bearbeiten und alle Einflussgrößen im Unternehmen identifizieren und beeinflussen. Die zielorientierte Planung und Steuerung einer optimalen Auftragsabwicklung versteht sich als Basis für eine effiziente Prozessgestaltung.
- durch praxisrelevante Planspiele ein Verständnis für die technischen und betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge im Unternehmen entwickeln.
- elektronische Kataloge unterschiedlicher Anbieter nutzen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- mit den vorhandenen Kundendaten unter Einhaltung gesetzlicher und datenschutzrechtlicher Rahmenbedingungen zielgruppenorientiert umgehen.
- fachübergreifendes Verständnis für die Bedeutung von Schnittstellen (Kommunikation, Datentransfer...) zu unterschiedlichen Unternehmensbereichen entwickeln.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	60
Übung	20
Laborpraktika	44
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	116
Workload Gesamt	240

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Prüfung am PC	90	6. Semester	35%	3
Klausur	150		65%	

Modulverantwortlicher

Prof. Dr.-Ing. Torsten Olschewski

E-Mail: olschewski@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

- Handbücher/Produktdokumentation von ERP-Systemen, Dealer-Management-Systemen
- Arbeitsblätter
- Aktuelle Software von ERP-Systemen und DMS
- Produktdokumentationen eingesetzter Softwaresysteme

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienaussgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Becker, J./ Vering, O./ Winkelmann, A.: Softwareauswahl und -einführung in Industrie und Handel- Vorgehen und Erfahrungen bei ERP- und Warenwirtschaftssystemen, Springer Verlag
- Coppeneur-Gülz, Christian: ASP für kleine und mittlere Unternehmen - Handlungsanleitung zum Selfconsulting, Datakontext Fachverlag
- Görtz, Marcus / Hesseler, Martin: Basiswissen ERP-Systeme. W3L-Verlag
- Görtz, Marcus / Hesseler, Martin: ERP-Systeme im Einsatz. W3L-Verlag

Vertiefende Literatur

- Helmel, Igor/ Breitzkreuz, Gustav/ Harwarth, Horst/ Philipp, Klaus-Dieter: Basel II und Mittelstand- Rating und Alternativen zum Bankkredit, Shaker Verlag
- Henke, Jens: IT und Datenschutz im Unternehmen- Was Arbeitgeber prüfen dürfen und wo das Kontrollrecht endet, VDM Verlag
- Simitis, Spiros: Bundesdatenschutzgesetz, Nomos Verlagsges. MBH + Co
- Wohlgemuth, H. H./ Gerloff, Jürgen: Datenschutzrecht - Eine Einführung mit praktischen Fällen, Luchterhand Verlag Gm

Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden die betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Grundlagen sowie deren Zusammenhänge vermittelt werden, auf denen in den folgenden Semestern aufgebaut werden kann. Im Focus des Moduls stehen jeweils Gegenstand und Aufgaben der Betriebswirtschaftslehre und der Volkswirtschaftslehre. Ausgehend davon werden die Studierenden im betriebswirtschaftlichen Teil vor allem mit den Zielen von Unternehmen und den Inhalten ihrer konstitutiven Entscheidungsprozesse vertraut gemacht. Im volkswirtschaftlichen Part lernen die Studierenden elementare Grundbegriffe und Ausgangstatbestände wirtschaftlicher Tätigkeit kennen.

Modulcode

4AM-ABWL-12

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 1

Dauer

2 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzstunden

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

Keine

Lerninhalte

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

- Überblick über die Entwicklung und Einordnung der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft
- Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre – Ansätze, Systematisierungsvarianten, Betriebs- und Unternehmenstypologie
- betrieblicher Umsatzprozess und das System der betrieblichen Produktionsfaktoren
- der dispositive Faktor und seine Aufgaben
- Zielsystem der Unternehmung und Unternehmenskultur
- Betriebliches Kennzahlensystem (Wirtschaftlichkeit, Liquidität, Rentabilität, Produktivität)
- Konstitutive Entscheidungen für ein Unternehmen (Rechtsformenwahl, Standort- und/oder Geschäftsfelderwahl und deren Profilierung)
- Betriebslebenszyklus und Innovationsprozesse in Verbindung mit Produktlebenszyklus und Markt
- Konzentration und Kooperation von Unternehmen (Formen, rechtlicher Rahmen, Einfluss der Globalisierung)
- **Fallstudie:** Analyse der Prozesse der Zahlungsabwicklung im Servicegeschäft des Ausbildungunternehmens und deren Einflüsse auf die Finanzplanung. (EvL in der Praxis)

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre

- Einführung in die Volkswirtschaftslehre
 - Erkenntnisobjekt der Volkswirtschaftslehre
 - Nationalökonomische Schulen

- Ökonomische Entscheidungsfindung (Spieltheorie, Zielsetzungen)
- Geldfunktionen
- Mikroökonomik
 - Knappheit, Tausch und Effizienz
 - Konsum und Nachfrage
 - Produktion und Angebot
 - Preisbildung auf den Gütermärkten
 - Der Arbeitsmarkt
 - Marktversagen und Staatseingriffe
- Makroökonomik
 - Wirtschaftskreislauf und Sozialprodukt
 - Bestimmungsgründe des Volkseinkommens und der Beschäftigung
 - Wirkungsweise der Geld- und Fiskalpolitik
 - Der öffentliche Haushalt

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die wichtigsten Theorien, Prinzipien und ausgewählten Methoden der Betriebswirtschafts- und der Volkswirtschaftslehre.
- die Zusammenhänge zwischen Leistungs- und Wertschöpfungsprozess sowie die Verflechtung zwischen güter- und finanzwirtschaftlichen Prozessen im Unternehmen.
- die Zusammenhänge zwischen Markt, Produkt- und Betriebslebenszyklus in den Grundzügen.
- die verschiedenen Rechtsformen als Voraussetzung für die Rechtsformwahl eines Unternehmens.
- den Mechanismus der Preisbildung auf Märkten in seinen Grundzügen.
- den Wirtschaftskreislauf und den daraus resultierenden Aufbau der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, ihre wichtigsten Kennzahlen und deren Interpretation.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre in das Wissenschaftssystem einzuordnen.
- den Gegenstand der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre zu charakterisieren und aus verschiedenen Systematisierungsaspekten heraus darzustellen.
- geeignete Instrumente und Verfahren zur analytischen Erschließung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen einzusetzen.
- das Erkenntnisobjekt der Volkswirtschaftslehre zu erörtern und die Grundkonzepte konkurrierender nationalökonomischer Schulen vergleichend darzustellen.
- sich mit kontroversen makroökonomischen Grundpositionen auseinanderzusetzen. Ihre praktischen Fertigkeiten bestehen darin, wirtschaftspolitische Handlungsspielräume im gesamtwirtschaftlichen Kontext einzuschätzen.
- die gewonnenen Kenntnisse zur Preisbildung auf Märkten zu reflektieren.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- relevante Informationen zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre selbständig erfassen, interpretieren und bewerten.
- aktuelle Probleme der Volkswirtschaftslehre und ihre Konsequenzen für den betrieblichen Alltag erkennen und erörtern.

- die mikroökonomischen Kenntnisse zur Preisbildung auf Märkten im betrieblichen Kontext beurteilen und anwenden.
- ihr makroökonomisches Wissen zu einer gesamtwirtschaftlichen Betrachtungsweise zusammenführen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- die Lösungsmethodik und das Ergebnis ihrer Arbeit interpretieren, kritisch einschätzen und mit Fachleuten diskutieren.
- erkennen, dass betriebliche Entscheidungen stets auch vor dem Hintergrund volkswirtschaftlicher Rahmenbedingungen zu sehen und zu interpretieren sind. Die gesellschafts- und wirtschafts-politische Diskussionsfähigkeit der Studierenden wird dadurch entwickelt.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	84
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	96
Workload Gesamt	180

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur	180	2. Semester	100%	2

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Frank Mauersberger

E-Mail:

automobilmanagement@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

- Fragenkatalog zur Mikro- und Makroökonomik
- Statistische Jahrbücher

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Müller, K.: Mikroökonomie, Chemnitz
- Olfert, K.; Rahn, H.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Ludwigshafen
- Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München
- Wöhe, G.: Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München
- Woll, A.: Volkswirtschaftslehre, München
- Wörlen, R.: Einführung in das Recht und Allgemeiner Teil des BGB, Köln
- Zippelius, R.: Einführung in das Recht, Berlin

Vertiefende Literatur

- Bea, F.X; Friedl, B.; Schweitzer, M.(Hrsg.): Allgemeine BWL, Bd.1, Grundlagen, Stuttgart
- Berens, H.; Engel, H.P.: Wichtige Wirtschaftsgesetze für Bachelor, Herne/Berlin
- Bitz, M. (Hrsg.): Kompendium der Betriebswirtschaftslehre, Bd.1, München
- Gabler Wirtschaftslexikon: Taschenbuch - Kassette, 10 Bd., Wiesbaden
- Klunzinger, E.: Einführung in das Bürgerliche Recht. Grundkurs für Studierende der Rechts- und Wirtschaftswissenschaften, München
- Schmalen, H.; Pechtl, H.: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart
- Wörlen, R.: Handelsrecht mit Gesellschaftsrecht, Köln
- Wörlen, R.; Schindler, S.: Anleitung zur Lösung von Zivilrechtsfällen. Methodische Hinweise und 22 Musterklausuren, Köln

Externes Rechnungswesen

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden einen praxisnahen, exemplarischen Buchungsvorgang von der Eröffnungs- bis zur Schlussbilanz unter Einsatz der Technik der doppelten Buchführung und unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung manuell selbstständig durchführen können. Die Studierenden sind zum selbstständigen Aufstellen eines exemplarischen Jahresabschlusses unter Beachtung von wesentlichen handels- und steuerrechtlichen Vorgaben befähigt.

Modulcode

4AM-EXREC-20

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Studienablaufplan

Semester 2

Dauer

1 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzstunden

Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

4AM-Mathe-10

Lerninhalte

Buchführung und Bilanzierung

- Grundlagen der Buchhaltung
 - Begriff und Teilbereiche des Rechnungswesens
 - Aufgaben und Inhalt der Finanzbuchhaltung
 - Gesetzliche Vorschriften
 - Inventur, Inventar, Bilanz (Eröffnungsbilanz, Schlussbilanz, einschließlich Konto)
- Technik der Buchhaltung
 - Erfolgsneutrale Buchungsvorgänge
 - Auflösung der Bilanz in Bestandskonten
 - Verbuchung von Geschäftsvorfällen (Konteneröffnung und Kontenabschluss)
 - Erfolgswirksame Buchungsvorgänge
 - Aufwand und Ertrag als Erfolgskomponenten
 - Verbuchung auf Aufwands- und Ertragskonten
 - Gewinn- und Verlustrechnung (Gewinn- und Verlustkonto)
 - Eigenkapitalkonto und Privatkonto
- Verbuchung laufender Geschäftsvorfälle im Handelsbetrieb
 - Verbuchung des Warenverkehrs
 - System der Umsatzsteuer (Verbuchung der Umsatzsteuer)
 - Verbuchung von Rücksendungen, von Bezugsaufwand, Rabatte und Boni, Skonti
 - Verbuchung des Zahlungsverkehrs, von Anzahlungen, des Personalaufwands
- Abschlussbuchungen für den Jahresabschluss
 - Kontenabschluss, Periodengerechte Gewinnermittlung

- Verbuchung von Abschreibungen (Abschreibungen auf Sachanlagen, Planmäßige Abschreibungen, Außerplanmäßige Abschreibungen)
- Abschreibungen auf Forderungen (Einzelabschreibung auf Forderungen, Pauschalwertberichtigung auf Forderungen)
- Verbuchung von Rechnungsabgrenzungsposten (Aktive Rechnungsabgrenzung, Passive Rechnungsabgrenzung)
- Verbuchung von Rückstellungen
- Entwicklung des Jahresabschlusses aus der Hauptabschlussübersicht
- Steuerrechtliche Vorschriften der Handelsbilanz
 - Bewertungsmaßstäbe nach Handelsrecht und nach Steuerrecht

Bilanzanalyse

- Bilanzstrukturanalyse: Vermögensstruktur – Kapitalstruktur – Anlagendeckung - Liquidität
- Stromgrößenanalyse: Cashflow - Kapitalflussrechnung
- Grundlagen der Jahresabschlussanalyse: Definition und Ziele - Interessenten / Adressaten – Auswertungsmethoden - Aufbereitung des Jahresabschlusses - Arten der Bilanzanalyse - Ziele der Bilanzanalyse - Grenzen der Bilanzanalyse - Übersicht zur Bilanzanalyse
- Kombination von Bestands- und Stromgrößen
- Gewinnanalyse: Betragsmäßige Ergebnisanalyse - Strukturelle Ergebnisanalyse
- Rentabilitätsanalyse: Messung der Rentabilität - Kennzahlensysteme
- Aussagefähigkeit und Grenzen der Bilanz
- **Fallstudie:** Analyse eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses im Unternehmen. (EvL in der Praxis)

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen,

- die Finanzbuchhaltung als grundlegendes Informationsinstrument des Unternehmens.
- die entsprechenden rechtlichen Grundlagen.
- die Technik der doppelten Buchführung und ihre Anwendung in den einzelnen Bereichen des Rechnungswesens.
- die betriebswirtschaftlichen Hintergründe von zu buchenden Sachverhalten aus den einzelnen Unternehmensbereichen.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- die Technik der doppelten Buchführung gezielt und qualitätsgerecht im angemessenen zeitlichen Rahmen unter Einhaltung der Grundsätze der ordnungsgemäßen Buchführung manuell anzuwenden.
- Bestands-, Erfolgs- und Jahresabschlusskonten zu buchen.
- die Grundlagen (Belegwesen) und weitere Hilfsmittel der Finanzbuchhaltung (Kontenrahmen, Dokumente von Nebenbuchhaltungen) zielführend anzuwenden.
- gängige Buchungssätze aus der Nennung des Geschäftsfalls bzw. nach Sichtung des Buchungsbelegs aufzustellen und das Vermögen, aus dem Buchungssatz auf den Geschäftsfall bzw. Buchungsbeleg zu schließen.
- aus der laufenden Buchführung eine Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung abzuleiten, indem sie selbständig vorbereitende Abschlussbuchungen anhand vorgegebener Abschlussangaben aufstellen und eintragen.

- Konteninhalte zu interpretieren.
- einen exemplarischen Jahresabschluss durchzuführen.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- die Analyse von Jahresabschlüssen mit Hilfe von vorgegebenen Kennzahlen und unter Anwendung von Kapitalflussrechnungen durchführen.
- einen Belegbuchungsgang incl. der notwendigen vorbereitenden Abschlussbuchungen komplett manuell durchführen und analysieren.
- die Vielschichtigkeit der aufzuzeichnenden betriebswirtschaftlichen Sachverhalte wiedergeben und in das System der Betriebswirtschaftslehre einordnen.
- den Jahresabschluss als Instrument der Feststellung des Standes von Vermögen, Finanzen zum Stichtag und des Erfolges für die Abrechnungsperiode begreifen und entsprechend interpretieren.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- in Gruppenarbeit bei der Bewältigung von Buchungsaufgaben die zügige und qualitätsgerechte Bewältigung der Aufgabenstellung als anspruchsvollen arbeitsteiligen Prozess erleben und selbst organisatorisch gestalten.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	50
Seminar	60
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	70
Workload Gesamt	180

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur	180	2. Semester	100%	3

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Barbara Gelenzov

E-Mail: gelenzov@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

Arbeitsblätter

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (*prüfungsrelevant*)

- Bornhofen, M.: Buchführung 1 / DATEV-Kontenrahmen, Wiesbaden
- Gabele, E./Mayer, H.: Buchführung, München
- Hufnagel, W/Burgfeld-Schächer, B.: Einführung in die Buchführung und Bilanzierung, Herne
- Müller, K.: Buchführung, Lehr- und Übungsbuch, Chemnitz
- Zschenderlein, O.: Buchführung 1 – Grundlagen, Herne

Vertiefende Literatur

- Bieg, H.: Buchführung, Neue Wirtschaftsbriefe, Berlin
- Bornhofen, M.: Buchführung 2 / DATEV-Kontenrahmen, Wiesbaden
- Eisele, W.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München
- Meyer, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, Herne
- Wöhe, G./Kussmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, München
- Zschenderlein, O.: Buchführung 2 – Vertiefung, Herne

Internes Rechnungswesen

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden grundlegende Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung zielgerichtet und theoretisch fundiert entsprechend der jeweiligen Praxissituation auswählen und anwenden können.

Die Studierenden sind in der Lage statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung als wirtschaftswissenschaftliche Grundlage für Investitionsentscheidungen anzuwenden. Sie lernen die Möglichkeiten der Fremd- und Eigenkapitalbeschaffung zur Realisierung von Investitionsvorhaben sowie zur Finanzierung der laufenden betrieblichen Prozesse im Unternehmen kennen.

Modulcode

4AM-INREC-30

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Studienablaufplan

Semester 3

Dauer

1 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzstunden

Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

4AM-MATHE-10, 4AM-ABWL-10, 4AM-EXREC-20

Lerninhalte

Kosten- und Leistungsrechnung

- Grundlagen: Kosten- und Leistungsrechnung als Teil des betrieblichen Rechnungswesens - Begriffe Kosten und Leistungen - Grundsätzliche Einteilung der Kosten – Prinzipien der Kostenverrechnung
- Kostenartenrechnung: Wesen und Aufgaben der Kostenartenrechnung - Abgrenzung der Kostenarten - Gliederung der Kostenarten - Kalkulatorische Kostenarten
- Kostenstellenrechnung: Wesen und Aufgaben der Kostenstellenrechnung - Bildung von Kostenstellen – Betriebsabrechnungsbogen (BAB) - Normalkostenrechnung im BAB
- Kostenträgerrechnung: Wesen und Aufgabe der Kostenträgerrechnung - Kalkulationsverfahren - Kurzfristige Erfolgsrechnung
- Kostenrechnungssysteme auf Teilkostenbasis: Deckungsbeitragsrechnung - Break Even Analyse
- Ausgewählte Verfahren des Kostenmanagements: Prozesskostenrechnung - Target Costing

Fallstudie: Analyse des Kostenrechnungssystems im Unternehmen (EvL in der Praxis)

Finanz- und Investitionswirtschaft

- Gegenstand, Aufgaben und Ziele der betrieblichen Finanzwirtschaft (Finanzmanagement)
 - Einordnung finanzwirtschaftlicher Prozesse im Gesamtunternehmen
 - Zusammenhang güter- und finanzwirtschaftlicher Prozesse
- Investitionsbegriff, Investitionsarten, Investitionsentscheidungsprozess
- Investitionsrechnungsverfahren
 - statische Verfahren (Kostenvergleichs-, Gewinnvergleichs-, Rentabilitäts- und Amortisationsrechnung)

- dynamische Verfahren (Kapitalwertverfahren, interne Zinsfuß-Methode, Annuitätenverfahren, dynamische Amortisationsrechnung)
 - Kritische Werte-Rechnung
- Finanzierungsformen von Unternehmen als Eigen- und Fremdfinanzierung
 - Beteiligungsfinanzierung der verschiedenen Unternehmensformen
 - Möglichkeiten und Grenzen der Innenfinanzierung
 - kurzfristige Kreditfinanzierung
 - langfristige Fremdfinanzierung (Darlehen, Schuldverschreibungen)
 - Kreditsubstitute (Factoring, Leasing)
- Finanzwirtschaftliche Analyse
 - Finanzanalyse mittels Kennzahlen
 - Investitionsanalyse, Finanzierungsanalyse, Liquiditätsanalyse, Ergebnisanalyse, Rentabilitätsanalyse
- Finanzplanung
 - Finanzplanung und –steuerung
 - Bestimmung der Kapitalstruktur, Kapitalbedarfsplanung
 - Liquiditätsplanung und –steuerung

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die Kosten- und Leistungsrechnung als internes betriebliches Informationsinstrument.
- die Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung und ihre Anwendung im Unternehmen.
- die Grundbegriffe des Rechnungswesens und deren Abgrenzung.
- die Verfahren der Investitionsbewertung und wissen um die Bedeutung der Liquidität im System der Unternehmensziele.
- die unterschiedlichen Finanzierungsquellen und die dazugehörigen Finanzmärkte.
- die Grundzüge der Finanzanalyse und -planung im Unternehmen.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- die Daten der Finanzbuchhaltung in Daten der Kosten- und Leistungsrechnung (Abgrenzungsrechnung) überzuleiten.
- die in der Fachliteratur dargestellten Ansätze der Kostenartenrechnung, der Kostenstellenrechnung, der Kostenträgerzeitrechnung und der Kostenträgerstückrechnung anzuwenden.
- Abweichungen zwischen Istwerten; Normalwerten; Planwerten aufzudecken und die entsprechende Abweichungsanalyse auf der Ebene der Unterscheidung von Beschäftigungs-, Preis- und Verbrauchsabweichungen zu ermitteln.
- mittels quantitativer und qualitativer Methoden finanzwirtschaftliche Analysen durchzuführen und Finanzpläne zu erstellen.
- verschiedene Standardverfahren und Methoden einzusetzen, um die Unternehmensfinanzierung zu optimieren.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- erzielte Ergebnisse kritisch hinterfragen und Problempotentiale theoretisch fundiert aufdecken.
- die unterschiedlichen Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung gezielt auswählen und ergebnisorientiert auf eine konkrete Aufgabenstellung anwenden.
- bei Entscheidungen zu konkreten Investitionsproblemen die geeigneten Verfahren selbständig auswählen, anwenden und ihr Vorgehen begründen.

- vor dem Hintergrund unterschiedlicher Zeithorizonte die Liquidität messen und die Ergebnisse kritisch interpretieren.
- die unterschiedlichen Finanzierungsquellen hinsichtlich ihrer Eignung für konkrete Finanzierungsentscheidungen im Rahmen des Finanzmanagementprozesses prüfen, bewerten und adäquat einsetzen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- die in Gruppenarbeit, bei der Bearbeitung von Fallstudien komplexer betriebswirtschaftlicher Problemstellungen auf dem Gebiet der Kosten- und Leistungsrechnung, möglicherweise auftretenden Konflikte kooperativ und konstruktiv lösen.
- ihr kritisches Verständnis zu den Inhalten und Problemen von Investition und Finanzierung im Unternehmen in Diskussionen überzeugend vertreten.
- Investitions- und Finanzierungsentscheidungen formulieren und argumentativ begründen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	50
Seminar	40
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	90
Workload Gesamt	180

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur	180	3. Semester	100%	3

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Frank Mauersberger

E-Mail: automobilmanagement@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

Arbeitsblätter

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Däumler, K.-D.: Betriebliche Finanzwirtschaft, Herne / Berlin
- Däumler, K.-D.: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung, Herne/Berlin
- Däumler, K.-D., Grabe, J.: Kostenrechnung, Herne/Berlin
- Peridon, L., Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München
- Schmolke, S., Deitermann, M., Rückwart, W.-D.: Industrielles Rechnungswesen IKR, Darmstadt
- Wöhe, G., Bilstein, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München

Vertiefende Literatur

- Busse, F.-J.: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, München/Wien
- Coenenberg, A. G./ Fischer, T. M./ Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse (auch gleichnamiges Aufgabenbuch), Stuttgart
- Däumler, K.-D./ Grabe, J.: Kostenrechnungs- und Controllinglexikon (KoCo-Lex)/ Neue Wirtschaftsbriefe Herne/ Berlin (CD-ROM)
- Fischbach, S.: Grundlagen der Kostenrechnung, Landsberg am Lech
- Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, Springer Berlin/ Heidelberg/ New York
- Jahrmann F.-U.: Finanzierung, Herne/Berlin
- Kruschwitz, L.: Investitionsrechnung, München
- Olfert, K. (Hrsg.): Finanzierung, Ludwigshafen
- Olfert, K. (Hrsg.): Investition, Ludwigshafen
- Schildbach, Th.: Kosten- und Leistungsrechnung, Düsseldorf
- Troßmann, E.: Investition, Stuttgart

Unternehmensführung, Personal und Organisation

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden das Personalmanagement als Teilkonzept der Führung eines Unternehmens anwenden, welches auf der Grundlage organisatorischer Strukturen im Unternehmen sowie personalpolitischer Grundsätze die praktische Handhabung von Personalführung und Personalwirtschaft bestimmt.

Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse über Konzeptionen, Aufgaben, Strukturen, Instrumente und Institutionen des Controllings sowie die Ausgestaltung des Controllings in verschiedenen betrieblichen Teilbereichen anzuwenden. Es entsteht die Grundauffassung vom Controlling als zielgerichtete Dienstleistung für die Unternehmensführung.

Modulcode

4AM-UPO-40

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Studienablaufplan

Semester 4

Dauer

1 Semester

Credits

10

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzstunden

Voraussetzungen für die Teilnahme

4AM-MATHE-10, 4AM-ABWL-10, 4AM-EXREC-20, 4AM-INREC-30

Lerninhalte

Inhalt 1 – Unternehmensführung, Personal und Organisation

- **Personalmanagement**
 - Grundlagen
 - Ziele, Aufgaben, Handlungsfelder und Herausforderungen des Personalmanagements
 - Objekte, Träger und Organisation des Personalmanagements
 - Tangenten der Personalpolitik
 - Rahmenbedingungen und Bestimmungsfaktoren der Personalpolitik
 - Zusammenhang zwischen Personalpolitik, Unternehmenskultur und Unternehmensethik sowie deren Interdependenz mit der Unternehmensidentität (Corporate Identity)
 - Internationalisierungsstrategien (ethnozentrische, polyzentrische, regiozentrische und geozentrische Human-Ressource-Strategien)
 - Gegenüberstellung klassisch orientierter und kompetenzorientierter Gestaltungsmöglichkeiten von Personalteilprozessen
 - Personalplanung mit Fokussierung der Bestandsanalyse und Bedarfsplanung
 - Personalbeschaffung
 - Personalauswahl
 - Personalbeurteilung
 - Personaleinsatz und Arbeitszeitmodelle (klassische und flexible)
 - Personalentwicklung

- Entgeltgestaltung
- Personalfreisetzung
- Personalverwaltung
- **Personalführung** (wissensorientierte)
 - Interdependenz von struktureller und personeller Führung
 - Interaktionelle Führung vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen
 - Bezugsrahmen der Einflussnahme auf das Mitarbeiterverhalten durch Führungsstile und –ansätze
 - Personeller Bezugsrahmen (Eigenschafts- und Verhaltensansätze; Führungsstilforschung)
 - Teambezogene Ansätze der interaktionellen Führung (Groupthink-Phänomen, Interdependenz von transaktionaler und transformationaler Führung, attributionstheoretische und (neo-) charismatische Führungsansätze)
 - Situative Führungsansätze (Kontingenzmodell von Fiedler und Reifegradmodell von Hersey/Blanchard)
 - Institutionenorientierter Ansatz am Beispiel der systemischen Führung
 - Führung durch Macht
 - Praktische Führungsmodelle (7-S-Modell, Harzburger Modell, Management by ... Ansätze (z.B. Management by Objectives))
 - Wissensmanagement
 - Führungsinstrumentarien zur Identifikation, Generierung, Diffusion, Integration und Modifikation von Wissen, zur Unterstützung von Handlungsprozessen und zur Erfolgskontrolle
 - Wissensorientierte Anreizgestaltung im Zusammenhang mit ihrer motivationalen Wirkung sowie Vorstellung möglicher Implementierungsformen
- **Organisation**
 - Grundlagen (Begriffe, Ziele, Aufgaben)
 - Organisationstheoretische Ansätze (klassische, humanorientierte, systemorientierte, institutionenökonomische, wettbewerbsstrategische Ansätze)
 - Organisationsgestaltung (Aktionsparameter (Arbeitsteilung, Konfiguration und Koordination), Prozess, Gestaltung effektiver und effizienter Organisationsstrukturen sowie mögliche Gestaltungsformen (u.a. Stab-Linien-Modell, Matrixorganisation)
 - Organisatorischer Wandel (Ursachen, Formen, Modelle, Widerstände)
 - Organisationsentwicklung (Phasenmodell, Startpunkte, Ansätze und kritische Reflexion)
 - Organisationales Lernen
- **Fallstudie:** Analyse der Organisationsstruktur im Hinblick auf veränderte Marktbedingungen im Unternehmen. (EvL in der Praxis)

Inhalt 2 – Controlling

- Begriff, Konzeptionen und Funktionen des Controllings
- Informationsversorgung als primäre Aufgabe des informationsorientierten Controllings
 - Funktionen und Elemente des Informationsversorgungssystems
 - Informationsversorgungsprozesse und Instrumente
 - Organisation der Informationsversorgung
- Planung und Kontrolle als Aufgaben des planungs- und regelungsorientierten Controlling
 - Funktionen und Elemente des Planungs- und Kontrollsystems
 - Planungs- und Kontrollprozesse und Instrumente
 - Organisation der Planung und Kontrolle
- Koordination der Führung
 - Koordinationsaufgaben
 - Koordinationsinstrumente (Budgetvorgaben, Kennzahlen und Zielsysteme, Verrechnungspreise)
- Bereichscontrolling/Integrative Controllingkonzepte

- Ausgewählte Aspekte des Kostencontrollings
- Organisation der Controllingfunktion und Institutionen des Controllings
- Berichtswesen als Controlleraufgabe
- **Fallstudie:** Analyse des vorhandenen Controllingsystems im Unternehmen und Ableitung von möglichen Optimierungspotentialen. (EvL in der Praxis)

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die personalwirtschaftlichen Grundprozesse im Unternehmen und die volks- und betriebswirtschaftliche Einordnung der Personalpolitik.
- die Konsequenzen personalwirtschaftlicher Maßnahmen und Entscheidungen für die Leistungsprofilierung und Wirtschaftlichkeit des Unternehmens.
- die Entgeltgestaltung im Unternehmen.
- die Interdependenzen zwischen Personalpolitik und Arbeitsrecht.
- die wichtigsten Motivations- und Führungstheorien und wissen um die ethischen Aspekte von Führung, Kommunikation und Unternehmenskultur.
- Grundprinzipien der Unternehmensorganisation, ihre Formen und aktuelle Entwicklungstendenzen.
- die in der Praxis vorkommenden und in der Theorie behandelten Controllingkonzeptionen und ihre Abgrenzung.
- die wesentlichen Instrumente des operativen und strategischen Controllings.
- die Zusammenhänge zwischen den Teilbereichen des Managements und zwischen Controlling und Unternehmensführung.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- die Instrumente des Managements von Human Resources und der Personalführung bei konkreten Problemstellungen fachlich richtig auszuwählen und anzuwenden.
- auf Basis relevanter Führungstheorien komplexe Führungsprobleme zu analysieren und darzustellen.
- wesentliche Methoden und Instrumente des Controllings auf exemplarische, praxisnahe komplexe Aufgabenstellungen anzuwenden.
- betriebliche Daten zu interpretieren, für Berichtszwecke aufzubereiten und für Steuerungszwecke zu operationalisieren.
- aus dem Angebot der Controllinginstrumente gezielt die jeweils geeigneten Hilfsmittel für die Bearbeitung des konkreten Problems auszuwählen und anzuwenden.
- IT-Anwendungen zur Unterstützung und Verbesserung der Controllertätigkeit nutzen.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- selbständig Problemlösungen über praxisrelevante Sachverhalte im Bereich der Personalwirtschaft bearbeiten und Lösungsvorschläge unterbreiten.
- die erworbenen Kenntnisse im Bereich der Organisation selbstständig auf konkrete praktische Probleme im Unternehmen anwenden, Organisationsanalysen durchführen und Lösungsvorschläge unterbreiten.
- ein Controllingsystem unter Beachtung der konkreten Bedingungen im Unternehmen in den Grundzügen beurteilen und auch entwickeln.

- durch kreative Arbeit mit dem Controllingregelkreis Steuerungsansätze für die Unternehmensführung entwickeln.
- gewonnene Erkenntnisse entsprechend strukturieren und als Grundlage für die Gestaltung von Führungsansätzen nutzen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- in Gruppen und mit Spezialisten aktiv zu Problemstellungen des Humanressourcenmanagement und des Organisationsmanagements kommunizieren.
- möglich und entstehende Probleme in der Zusammenarbeit von Controller und Unternehmensführung frühzeitig erkennen, situationsadäquat kommunizieren und praktikable Lösungsansätze formulieren.
- situationsorientierte Führungsentscheidungen mit dem entsprechenden Hintergrundwissen interpretieren und vermitteln.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Inhalt 1	Inhalt 2
Präsenzveranstaltungen		
Vorlesung	60	30
Seminar	30	30
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium	90	60
Summe	180	120
Workload Gesamt	300	

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur (Inhalt 1)	180	4. Semester	60%	3
Klausur (Inhalt 2)	120		40%	

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Dirk Hinkel

E-Mail: hinkel@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

Arbeitsblätter

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (*prüfungsrelevant*)

- Horvath, P.: Controlling, München
- Olfert, K. (Hrsg.): Personalwirtschaft, Ludwigshafen
- Rahn, H. J.: Unternehmensführung, Ludwigshafen
- Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten, München
- Scherm, E., Pietsch, G.: Organisation (mit Aufgaben und Fallstudien), München/ Wien
- Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaft, München
- Ziegenbein, K.: Controlling, Ludwigshafen

Vertiefende Literatur

- Baum, H.-G., Coenenberg, A.G., Günter, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart
- Bea, F.X., Göbel, E.: Organisation. Theorie und Gestaltung, Stuttgart
- Bea, F.-X., Haas, J.: Strategisches Management, Stuttgart
- Fersch, J.M.: Leistungsbeurteilung und Zielvereinbarungen im Unternehmen, Wiesbaden
- Götze, U., Glaser, K., Hinkel, D.: Risikocontrolling aus funktionaler Perspektive –Konzeptionsspezifische Darstellung des Aufgabenspektrums, in Götze, U., Henselmann, K., Mikus, B. (Hrsg.): Risikomanagement, Heidelberg
- Haberkorn, K.: Praxis der Mitarbeiterführung, Renningen
- Jung, H.: Übungsbuch zur Personalwirtschaft, München
- Jung, H.: Personalwirtschaft, München
- Kieser, Walgenbach: Organisation, Stuttgart
- Kolb, M.: Personalmanagement, Berlin
- Rahn, H. J.: Unternehmensführung, Ludwigshafen
- Ringlstetter, M.: Humanressourcen-Management, München
- Steinmann, H./ Schreyögg, G.: Management. Grundlagen der Unternehmensführung, Wiesbaden

Arbeitsvorbereitung und Betriebsorganisation

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden ein umfassendes Fach- und Methodenwissen zur Gestaltung und Optimierung von betrieblichen Arbeitssystemen und Geschäftsprozessen erlangen. Grundlage sind hierfür vermittelte Kenntnisse zur effektiven und effizienten Organisation der Betriebsprozesse, zur menschengerechten und damit effizienten Gestaltung der Arbeit. Diese Kenntnisse bilden das Fundament für alle Aufgabengebiete der Arbeitsplanung und -steuerung innerhalb einer prozessorientierten Arbeitsorganisation.

Darüber hinaus werden die Studierenden befähigt, den REFA – Grundschein „Arbeitsorganisation“ ablegen zu können.

Modulcode

4AM-AVBO-56

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 5

Dauer

2 Semester

Credits

9

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

Keine 4AM-UPO-40, 4AM-SOFTS-34

Lerninhalte

- Arbeitsorganisation an unterschiedlichen Arbeitsplätzen unter Berücksichtigung ergonomischer, technischer und arbeitsorganisatorischer Gesichtspunkte untersuchen und gestalten
- Geschäftsprozesse darstellen und analysieren
- Anwendung von Methoden zur Arbeitsplatzgestaltung und Prozessoptimierung
- Optimierung menschengerechter Arbeitssysteme
- Prozessdatenermittlung – professionelle Methodenanwendung
- Arbeitszeit- und Entgeltmanagement
- Arbeitsbewertung und Anforderungsanalyse
- Arbeitsunterweisung und Qualifizierung

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- das REFA-Arbeitssystem und die Planungssystematik sowie die Organisationsgrundsätze der betrieblichen Aufbau- und Ablauforganisation.
- die Methoden zur Aufgabenanalyse und -bewertung sowie zur Darstellung von Ablaufstrukturen.
- die wesentlichen Methoden der Kalkulation.
- Strategien zur menschengerechten Arbeitsablauf- und Arbeitsplatzgestaltung unter Berücksichtigung anthropometrischer Gesichtspunkte.

- die Strategien zur Planung und Durchführung von Multimomentaufnahmen sowie weitere Zeitaufnahmemethoden (Vergleichen, Schätzen, Interview, Selbstaufschreibung).
- die Methoden der Systeme vorbestimmter Zeiten sowie das Entwickeln von Planzeiten.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- Arbeitsaufgaben, Arbeitsabläufe und Prozesse sowie Arbeitsbedingungen zu analysieren.
- Lösungsvorschläge zur Neu- und Umgestaltung von Arbeitssystemen und Prozessen mit dem Ziel einer wirtschaftlichen und zugleich menschengerechten Arbeit zu erarbeiten und zu begründen.
- Vorgabezeiten bei Gruppen- und Mehrstellenarbeit zu ermitteln.
- die richtigen Methoden zur Bewertung und Optimierung betrieblicher Prozesse sowie der Entgeltgestaltung anzuwenden.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- Betriebsprozesse effektiv und effizient organisieren, Arbeitsplätze menschengerecht gestalten sowie bei Entwicklung und Einführung einer prozessorientierten Arbeitsorganisation mitwirken. Sie tragen damit zur Steigerung der Wertschöpfung im Unternehmen bei.
- Arbeitsaufgaben, Arbeitsabläufe und Prozesse sowie Arbeitsbedingungen analysieren, bewerten und Lösungsvorschläge zu einer optimierten Gestaltung erarbeiten.
- Zeitdaten in verschiedenen Prozessen ermitteln und Kalkulationen, Kapazitäts- und Terminplanungen durchführen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- eine wirtschaftliche und humanitäre Arbeitsorganisation bewusst anwenden.
- auf Basis eines fundierten Verständnisses für die Unternehmensorganisation unternehmerisch denken bzw. handeln.
- die Verwendung von Zeitdaten in Bezug auf wirtschaftliche sowie humanitäre Aspekte werten und verantwortungsbewusst mit diesen Daten umgehen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Inhalt 1	Inhalt 2
Präsenzveranstaltungen		
Vorlesung	40	30
Seminar	20	60
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium	30	90
Summe	90	180
Workload Gesamt	270	

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur (Inhalt 1)	180	5. Semester	50%	3
Klausur (Inhalt 2)	180	6. Semester	50%	

Modulverantwortlicher

Prof. Dagmar Menzel

E-Mail: automobilmanagement@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- REFA Methodenlehre der Betriebsorganisation, Anforderungsermittlung (Arbeitsbewertung), Hanser-Verlag
- REFA Methodenlehre der Betriebsorganisation, Arbeitspädagogik, Hanser-Verlag
- REFA Methodenlehre der Betriebsorganisation, Datenermittlung, Hanser-Verlag
- REFA Methodenlehre der Betriebsorganisation, Entgelt differenzierung, Hanser-Verlag
- REFA Methodenlehre der Betriebsorganisation, Grundlagen der Arbeitsgestaltung, Hanser-Verlag
- REFA- Sonderdruck Methodenteil, Ausgewählte Methoden zur prozessorientierten Arbeitsorganisation, Hemsbach

Vertiefende Literatur

- Die Zukunft des Managements - Perspektiven für die Unternehmensführung Herausgegeben vom Deutschen Manager-Verband e.V, vdf
- Gummersbach, A./ Bülls, P./ Nicolai, H./ Schieferecke, A./ Kleinmann, A.: Produktionsmanagement, Verlag Handwerk und Technik
- Kubitscheck, S./ Kirchner, J.-H.: Kleines Handbuch der praktischen Arbeitsgestaltung, Hanser Verlag
- Landau, Kurt: Good Practice - Ergonomie und Arbeitsgestaltung, Verlag Ergonomia
- Laurig, Wolfgang: Grundzüge der Ergonomie, Beuth Verlag

- Rother, M./ Harris, R.: Fließfertigung organisieren - Praxisleitfaden zur Einzelstück-Fließfertigung für Manager, Ingenieure und Meister in der Produktion, Lean Management Institut

Autohausmanagement

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden die internen Strukturen eines Autohauses kennen und für einen Unternehmenserfolg miteinander vernetzen. Neben diesen unternehmensinternen Managementaufgaben sollen die Studierenden ein Verständnis für die Ziele, Strategien und Steuerungsinstrumente des vertikalen Managements der Hersteller-Händler-Beziehung erwerben und eine ganzheitliche Sichtweise auf die Wertschöpfungsprozesse im Automobilmarkt, Informationen zur Größe und Entwicklung des Automobilmarktes (z.B. Marktvolumen, -potential) sowie zum Wettbewerbs- und Kundenverhalten im Automobilmarkt erlangen, aufbereiten und interpretieren können.

Modulcode

4AM-AHMAN-20

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 2

Dauer

1 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

keine

Lerninhalte

Marktcharakteristik

- Marktcharakteristik - Einführung
 - Der Markt: Was ist das?
 - Marktteilnehmerbezogene Marktcharakterisierung
 - Marktleistungsbezogene Marktcharakterisierung
 - Zentrale Grundbegriffe zum Verständnis von Märkten
- Merkmale und Besonderheiten des Automobilmarktes
 - Automobilmarkt als Marktverbund
 - Automobilmarkt als reifer Markt
 - Automobilmarkt als zyklischer Markt
 - Automobilmarkt als wettbewerbsintensiver Markt
- Marktstrukturen des Automobilmarktes
 - Grundlagen der Marktsegmentierung
 - Produktbezogene Marktsegmentierung
 - Kundenbezogene Marktsegmentierung
 - Nutzenbezogene Marktsegmentierung
 - Möglichkeiten und Grenzen der Marktsegmentierung
- Trends und Zukunftsperspektiven im Automobilmarkt
 - Perspektiven der Marktentwicklung
 - Entwicklung der Marktstruktur
 - Veränderungen der Kundenstruktur
 - Trends im Käuferverhalten
- Käuferverhalten im Automobilmarkt

- Grundlagen der Käuferverhaltensforschung
- Automobilkauf als komplexes Entscheidungsproblem
- Ablauf der Automobilkaufentscheidung
- Intra- und interpersonale Einflussgrößen des Käuferverhaltens im Automobilkauf
- Grundlagen der Marktforschung
 - Stellenwert - Ziele - Aufgaben der Marktforschung
 - Marktforschungsprozess
 - Marktforschungsdesign: Exploratives - Deskriptives - Kausales Design
 - Gütekriterien der Marktforschung: Objektivität, Reliabilität, Validität
 - Methoden der Informationsgewinnung: Beobachtung - Experiment - Befragung
 - Überblick zu den Verfahren der Datenauswertung
- Fallstudie: Analysieren der Wettbewerbssituation des Ausbildungsbetriebes und strukturieren des regionalen Automobilmarktes nach Kunden-/ Zielgruppen. (EvL in der Praxis)

Autohausmanagement

- Struktureller Aufbau und Verantwortungsgebiete im Unternehmen
- Aktuelle Herausforderungen der automobilen Handelspolitik
- Neuwagen-Management
 - Zielsetzung
 - Determinanten des Neuwagengeschäftes (Beschaffung, Lagerhaltung, Vertrieb)
 - Strategisches Neuwagen-Management
 - Operative Kernprozesse des Neuwagen-Managements
- Gebrauchtwagen-Management
 - Zielsetzung
 - Determinanten des Gebrauchtwagengeschäftes (Beschaffung, Lagerhaltung, Vertrieb)
 - Strategisches Gebrauchtwagen-Management
 - Operatives Gebrauchtwagen-Prozessmanagement
- Management des Value Added Services
 - Technischer Service als Profitquellen Nr. 1 für das Autohaus
 - Garantien und Kulenzen
 - Finanzdienstleistungen
 - Weitere Mobilitätsdienstleistungen (z.B. Fuhrparkmanagement, Automobilvermietung)
- Vertikales Management der Hersteller-Händler-Beziehung
 - Strukturmerkmale und Ziele des vertikalen Marketings
 - Margensysteme als Instrument der Steuerung
 - Konfliktmanagement und Grundlagen vertikaler Kooperationsbeziehungen
- **Fallstudie:** Analyse des strategischen und operativen Kraftfahrzeugmanagements im Unternehmen, hinsichtlich Beschaffungspolitik, Markenpositionierung im Handel, Zielgruppenmarketing und Ermittlung von Optimierungspotentialen. (EvL in der Praxis)

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die grundlegenden Merkmale, Strukturen und Prozesse in den automobilwirtschaftlichen Teilmärkten (Zuliefer-, Neuwagen-, Gebrauchtwagen- und After-Sales-Markt).

- die aktuellen Branchenentwicklungen in den o.g. Teilmärkten sowie die geltende Rechtslage auf EU-Ebene, wie sie insbesondere durch die Entwicklungen zur Gruppenfreistellungsverordnung bedingt ist.
- die Charakteristik zum Ablauf und zu den Einflussgrößen automobiler Kaufentscheidungen aus Nachfragersicht.
- die aktuellen Herausforderungen der automobilen Handelspolitik (→ Aktuelle DAT-Kennzahlen zu den automobilwirtschaftlichen Teilmärkten, Inhalte und Konsequenzen der GVO auf Handelsebene, Chancen und Risiken des Mehrmarkenhandels).
- die Einflussfaktoren des strategischen und operativen Neuwagen-Managements.
- die Schnittstellen des Value Added Services im Automobilhandel und deren Bedeutung.
- die Ziele, Strukturmerkmale und wichtigen Steuerungsinstrumente des vertikalen Managements der Hersteller-Händler-Beziehung.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- das vorhandene Stammkundenpotential zu segmentieren.
- aktuelle Branchenentwicklungen zu erfassen und auf dieser Basis Prognosen für strategische Entscheidungen zu erstellen.
- sekundäres Datenmaterial zur Größe und Entwicklung des Automobilmarktes sowie zum Wettbewerbs- und Kundenverhalten im Automobilmarkt zu analysieren und für die Entscheidungsfindung aufzubereiten sowie Methoden zur Erhebung von Primärdaten einzusetzen.
- eine erfolgreiche Markenpositionierung und Verkaufspolitik im (über-)regionalen Händlerumfeld zu konzipieren.
- eine wettbewerbsfähige Sortimentspolitik im Gebrauchtwagengeschäft zu entwickeln. Ihre praktischen Fertigkeiten erlangen sie hierbei für die Etablierung eines Standzeitcontrollings und für die Prozessoptimierung des Eintauschverfahrens, der kaufmännischen Wertermittlung, der Verkaufsbereitstellung und des After Sales Managements im Gebrauchtwagengeschäft.
- die Hersteller-Händler-Beziehung zu interpretieren und zu optimieren.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- eine gleichermaßen ganzheitliche wie prozessspezifische Betrachtungsweise der Wertschöpfungskette im Automobilmarkt vornehmen. Ihre dabei gewonnene Fachkompetenz zur Analyse und Beurteilung der Marktgegebenheiten sowie des Wettbewerbs- und Kundenverhaltens im (über-)regionalen Automobilmarkt hilft ihnen, technische und betriebswirtschaftliche Problemstellungen in der Praxis systematisch bewältigen zu können.
- eine gegebene Marktforschungsaufgabe systematisch planen und durchführen. Die Erhebungskompetenz liegt hierbei in einer professionellen Fragebogengestaltung, die Auswertungskompetenz in der Anwendung der deskriptiven Statistik.
- das Neuwagen-, Gebrauchtwagen- und Service-Geschäft im Automobilhandel geschäftsfeldspezifisch und –übergreifend betrachten.
- das Zusammenwirken aller Geschäftsfelder und die Bedeutung der Hersteller-Händler-Beziehung für den unternehmerischen Gesamterfolg betriebswirtschaftlich bewerten.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- auf Basis ihrer markt-, wettbewerbs- und kundenspezifischen Kenntnisse mit Vertretern der Branche kommunizieren.

- im Hinblick auf die Übernahme von Führungsverantwortung, die automobilen Wertschöpfungsprozesse ganzheitlich betrachten. Der Bedeutung einer ständigen Aktualisierung ihres markt-, wettbewerbs- und kundenbezogenen Wissens sind sie sich bewusst.
- eine adäquate Präsentation und Berichterstattung der gewonnenen Marktforschungsergebnisse aufbereiten.
- ein betriebswirtschaftliches Gesamtbewusstsein als wichtige Voraussetzung für die Übernahme von Führungsverantwortung entwickeln.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	60
Seminar	40
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	80
Workload Gesamt	180

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur	180	2. Semester	100%	2

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Frank Mauersberger

E-Mail: automobilmanagement@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

- Skript mit Lückentexten
 - für eigene Mitschriften
 - für gemeinsam erarbeitete Lehrinhalte
- Aktuelle Statistiken und Marktforschungsuntersuchungen im Automobilmarkt
 - DAT-Report (aktuelle - jährlich - erscheinende Auflage)

- Aktuelle Statistiken des Kraftfahrtbundesamtes (KBA)
- Aktuelle Marktforschungsuntersuchungen (z.B. GfK-Studien)

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Berekoven, L./ Eckert, W./ Ellenrieder, P.: Marktforschung, Gabler-Verlag, Wiesbaden
- Diez, W./ Reindl, S./ Brachat, H.: Grundlagen der Automobilwirtschaft, Autohaus Business Verlag, München
- Diez, W.: Automobil-Marketing, Verlag Moderne Industrie, Landsberg/Lech
- Krober-Riel, W./ Weinberg, P.: Konsumentenverhalten, Verlag Vahlen, München
- Meffert, H./ Burmann, Ch./ Kirchgeorg, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Gabler Verlag, Wiesbaden
- Prüfer, V./ Michel, W./ Neubauer, D./ Blümer, H.: DAT-Report, Jährlich erscheinende Auflage, Kfz-Betrieb und Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Ostfildern
- Wagner, E./ Höschler, S.: Gebrauchtwagen-Prozesse optimal gestalten, Auto Business Verlag, Ottobrunn

Vertiefende Literatur

- Brachat, H.: Autohaus-Management 2010. Strategien für erfolgreiche Automobilbetriebe, Auto Business Verlag, Ottobrunn
- Diez, W. (Hrsg.): GVO 2002. Die neuen Herausforderungen im Automobilhandel, Autohaus Business Verlag, Ottobrunn
- Diez, W./ Reindl, S.: Mehrmarkenhandel – Chance oder Risiko? Auto Business Verlag, München
- Ebel, B./ Hofer, M.B./ Al-Sibai, J.: Automotive Management. Strategie und Marketing in der Automobilwirtschaft, Springer Verlag, Berlin
- Hammann, P./ Erichson, B.: Marktforschung. Grundwissen der Ökonomik, Gustav Fischer Verlag, Stuttgart
- Kuß, A./ Tomczak, T.: Käuferverhalten. Eine marketingorientierte Einführung, Gustav Fischer Verlag, Stuttgart
- Meffert, H.: Marketingforschung und Käuferverhalten, Gabler Verlag, Wiesbaden
- Wagner, E.: Mehr Geld verdienen mit Gebrauchtwagen: Beschaffung / Markenkonzepte / Preise, Auto Business Verlag, Ottobrunn
- Wagner, E.: Praxishandbuch Servicegeschäft. Professionelle Umsatzsteigerung in der Werkstatt, Auto Business Verlag, München
- Weis, H. Ch./ Steinmetz, P.: Marktforschung, Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen
- Wuppermann, M.: Schnelldreher statt Langsteher. Best-Practice-Lösungen für das Gebrauchtwagen-geschäft, Auto Business Verlag, Ottobrunn

Soft Skills

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden auf Basis vermittelter Grundsätze der Rhetorik, der Präsentations- und Vortragstechniken eigene Projekte gestalten, leiten und erfolgreich zum Abschluss bringen können. Das Beherrschen von Verhandlungs- und Gesprächsführungstechniken unterstützt wirtschaftsethisches Handeln und nachhaltige Unternehmensführung. Es werden konkrete Anregungen vermittelt, wie ethisches und nachhaltiges Verhalten im Unternehmen umgesetzt werden kann.

Modulcode

4AM-SOFTS-34

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 3

Dauer

2 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

keine

Lerninhalte

Inhalt 1 - Projektmanagement

- Grundlagen und Anwendungen des Projektmanagements, Abgrenzung von Linien- und Projektmanagement
- Projektorganisationen und Vorgehensprinzipien
- Projektdefinition mit Zielbildung und Machbarkeitsstudie
- Projektplanung mit den Schritten der Struktur-, Ablauf-, Termin-, Kapazitäts- und Kostenplanung, kennenlernen der erforderlichen Methoden und Techniken
- Projektabwicklung, -überwachung und -steuerung unter Anwendung der Instrumente des Projektcontrollings
- Übungsbeispiele zur praktischen Umsetzung der erlernten Methoden und Techniken mit Hilfe eines rechnerunterstützten Projektmanagementsystems (MS Project)
- Grundlagen der Teambildung und -führung, Aufgaben eines Projektleiters

Inhalt 2.1 - Präsentations- und Verhandlungstechniken

- Grundaspekte zu Präsentationen und Vorträgen
- Aufbau und Einstiegstechniken von Präsentationen/ Vorträgen
- Verhaltenstechniken bei Präsentationen/Vorträgen (Rhetorik und Dialektik)
- Visualisierungstechniken und der adäquate Einsatz von Präsentationsmedien
- Zentrale Verhandlungsgrundsätze
 - Harvard-Konzept

- Techniken erfolgreicher Verhandlungsführung
- Fragetechniken
- Kommunikations- und Argumentationstechniken
- Einsatz von Körpersprache
- Beherrschen schwieriger Verhandlungssituationen
- Erfolgreicher Abschluss von Verhandlungen (Perspektivenwechsel, Übernahme von Verantwortung, Ergebnissicherung)

Inhalt 2.2 - Unternehmensethik

- Grundbegriffe: Ethik, Moral, Unternehmensethik
- Wertbegriffe: Gerechtigkeit, Verantwortung, Loyalität, Vertrauen, Fairness
- Erstellung eines Persönlichkeitsprofils nach dem PERSOLOG®-Modell
- Ermittlung der eigenen Wertehierarchie
- Stärken/Schwächen-Profil
- Erkennen und lösen von hindernden geistigen und emotionalen Blockaden (Glaubenssätze)
- Kommunikationsmodelle
- Empathie
- Argumentationsfiguren aus der traditionellen Ethik
- Moralische und ethische Komponenten des Handelns

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die Bedeutung einer strukturierten Gliederung für eine erfolgreiche Präsentation sowie die Grundtechniken der Visualisierung.
- verschiedene Kommunikationsmodelle sowie situationsbezogene Verhandlungstaktiken und -strategien.
- die grundlegenden Verhaltensweisen zur Teambildung und -führung.
- das Harvard-Konzept sowie die Walt-Disney-Strategie.
- die Methode zur Transaktionsanalyse und zum PERSOLOG®-Modell.
- mögliche Organisationsformen des Projektmanagements.
- den Projektlebenszyklus und die Inhalte der einzelnen Projektphasen.
- die Methoden und Techniken der Projektplanung und des Projektcontrollings.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- selbständig Projekte zu erfassen und hinsichtlich ihrer Bearbeitung und Präsentation zu strukturieren und themenadäquat zu gliedern.
- Netzpläne unter Anwendung mathematischer Methoden (Critical Path Method, Metra Potential Methode) zu berechnen und in der Planung der Projekte anzuwenden.
- die gesamte Projektplanung über ein rechnerunterstütztes Projektmanagementsystem (MS Project) umzusetzen.

- auf Probleme bei der Überwachung des Projektfortschrittes und bei Kapazitäts-/ Ressourcenproblemen zu reagieren und diese unter Verwendung des Projektmanagementsystems (MS Project) realitätsnah zu lösen.
- moralische und ethische Komponenten des ökonomischen und politischen Handelns zu identifizieren sowie deren funktionale und disfunktionale Folgen zu analysieren.
- Wert-Begriffe (Gerechtigkeit, Verantwortlichkeit, Loyalität, Vertrauen, Fairness usw.) zu klären bzw. zu verdeutlichen.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- sich auf schwierige Verhandlungen strukturiert vorbereiten und unter Anwendung situativ geeigneter Techniken erfolgreiche Verhandlungen führen.
- beliebige Problem- bzw. Aufgabenstellungen unter Berücksichtigung der Phasen des Projektmanagements analysieren, als Projekt definieren und unter Anwendung der Methoden des Projektmanagements zu einem erfolgreichen Abschluss führen.
- Teams entsprechend ihrer Aufgabenstellung zusammensetzen und führen. Dies führt zu steigender Entscheidungssicherheit im Unternehmen.
- erforderliche Projekt-Reports und Abschlussdokumentationen qualitäts- und fristgerecht erstellen und präsentieren.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- mit eigenen Stärken und Schwächen bewusst umgehen, um ihr Selbstbewusstsein und Selbstwertgefühl zu entwickeln und damit ihre eigene Persönlichkeit zu stärken.
- durch die Anwendung der gewonnenen Erkenntnisse zu den sozialen Verhaltensweisen in einem Projektteam (z.B. Arbeitsweisen, Charaktere, Methoden der Ideenfindung, Konfliktpotentiale) zum Erfolg eines Projektes beitragen.
- wirtschaftsethisch in der Unternehmensführung handeln. Sie erkennen den ökonomischen Nutzen sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit.
- wirtschaftliches Handeln aus verschiedenen gesellschaftlichen Perspektiven betrachten und reflektieren.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen (Workload)	Inhalt 1	Inhalt 2
Präsenzveranstaltungen		
Seminar	30	64
Eigenverantwortliches Lernen		
Exkursion		8
Selbststudium	30	48
Summe	60	120
Workload Gesamt	180	

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur (Inhalt 1)	60	3. Semester	65%	2
Mündliche Prüfung (Inhalt 2)	20 - 45	4. Semester	35%	

Modulverantwortlicher

Dr. Michael Schütte

E-Mail: automobilmanagement@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienaussage. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Birkenbihl, Vera F.: Fragetechnik schnell trainiert. Das Trainingsprogramm für Ihre erfolgreiche Gesprächsführung, Verlag Moderne Industrie, Landsberg
- Birkenbihl, Vera F.: Kommunikationstraining. Zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten, Moderne Verlagsgesellschaft
- Burghardt, M.: Einführung in Projektmanagement: Definition, Planung, Kontrolle und Abschluss, PCP Verlag Erlangen
- Etrillard, S.: Gesprächsrhetorik. Souverän agieren, überzeugend argumentieren, Business Village Verlag, Göttingen
- Herbig, A. F.: Vortrags- und Präsentationstechnik. Erfolgreich und professionell vortragen und präsentieren, Books on Demand, Berlin
- Kessler, H./ Winkelhofer G.: Projektmanagement – Leitfaden zur Steuerung und Führung von Projekten, Springer Verlag Berlin
- Litke, H.-D.: Projektmanagement, Hanser Verlag München, Wien
- Mohr, P.: Erfolgreich vortragen und präsentieren, Heyne Verlag, München
- Reister, S./ Jäger, M.: Microsoft Office Project – Das Handbuch, Microsoft Press Deutschland Unterschleißheim

- Schilling, G.: Angewandte Rhetorik und Präsentationstechnik. Der Praxisleitfaden für Vortrag und Präsentation, Gert Schilling Verlag, Berlin
- Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander Reden Band 1-3, Rowohlt Taschenbuch Verlag
- Gay, Friedbert: Das persolog Persönlichkeitsprofil. Persönliche Stärke ist kein Zufall; mit dem original Fragebogen zur Selbstausswertung. Offenbach, Remchingen: Gabal; persolog Verl. für Management-systeme

Vertiefende Literatur

- Bergmann, R./ Garrecht, M.: Organisation und Projektmanagement, Physica Verlag
- Birkenbihl, Vera F./ Hofmann, E.: Professionell präsentieren. Wie Manager selbstsicher und stressfrei vor Gruppen sprechen, Luchterhand Verlag
- Birkenbihl, Vera F.: Psychologisch richtig verhandeln. Professionelle Verhandlungstechniken, Verlag Moderne Industrie, Landsberg
- Birkenbihl, Vera F.: Stroh im Kopf? Vom Gehirn-Besitzer zum Gehirn-Benutzer
- Burghardt, M.: Projektmanagement, PCP Verlag Erlangen
- Lang, Alexander: Planungsstrategien in der integrativen Verhandlungsführung, Verlag Logos Berlin
- Watzlawick, Paul: Anleitung zum Unglücklichsein, Piper Verlag GmbH
- Wagner, Reinhard: Projektmanagement in der Automobilindustrie. Herausforderungen und Erfolgsfaktoren. Wiesbaden: Gabler (= essentials).

Servicemanagement

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden sich erstens über die Bedeutung, Neuausrichtung und Konzeption eines marktorientierten Servicemanagements bewusst sind. Ihre dabei gewonnene marktorientierte Servicekompetenz versetzt sie in die Lage, Managementkonzeptionen für die Servicepraxis zu entwickeln. Ein zweites Studienziel besteht darin, den Stellenwert des Stammkundenpotentials für den Unternehmenserfolg zu erkennen und diesen auf Basis der Erfolgsfaktoren eines Customer Relationship Managements gezielt auszuschöpfen und sichern zu können.

Modulcode

4AM-SERV-34

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 3

Dauer

2 Semester

Credits

8

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

4AM-ABWL-12, 4AM-AHMAN-20

Lerninhalte

Inhalt 1 - Marktorientiertes Servicemanagement

- Neuausrichtung des Service im Automobilgeschäft
 - Entwicklung der Erfolgsfaktoren im Automobilgeschäft
 - Funktionswandel von Serviceleistungen
 - Service als zentraler Brennpunkt im Automobilgeschäft
 - Fazit: Das Erfolgssystem des Servicegeschäftes
- Verantwortungsbereiche im Servicegeschäft
 - Serviceleiter im Autohaus: Eine Positionsbestimmung
 - Serviceleiter als Markt-, Zufriedenheits-, Organisations- und Personalmanager
 - Fazit: Zum Verständnis eines marktorientierten Servicemanagements
- Arena des marktorientierten Servicemanagements
 - Serviceumwelt als Aktionsfeld
 - Servicemarkt als Aufgabenfeld
 - Servicekunde als Zielobjekt
 - Serviceleistung als Vermarktungsobjekt
 - Servicekernprozess als Bezugsobjekt
- Konzeption eines marktorientierten Servicemanagements:
 - Analyse- und Prognosephase im Servicegeschäft und grundlegende Methoden
 - Festlegung von Servicezielen als mehrstufiger Entscheidungsprozess
 - Charakteristik strategischer Managemententscheidungen im Service: Wachstumsstrategien - Marktwahlstrategien - Marktteilnehmerstrategien
 - Charakteristik operativer Managemententscheidungen im Service: Instrumente des Servicemarketing-Mix
 - Grundlagen des Servicecontrollings

- Situationsanalyse im Servicegeschäft
 - Stärken-Schwächen-Analyse als methodische Grundlage
 - Unternehmensinterne Service-Analysen
 - Wettbewerbsorientierte Situationsanalysen
 - Nachfragerorientierte Situationsanalysen
- Prognosephase im Servicegeschäft
 - Chancen-Risiken-Analyse und die Szenario-Technik als methodische Grundlagen
 - Prognosen im Servicegeschäft: Szenarien für den Servicemarkt 20xx
- Strategisches Servicemanagement
 - Hierarchie der Zielfestlegung als methodische Grundlage
 - Von der Festlegung übergeordneter Serviceziele zu Handlungszielen im Servicegeschäft
 - Strategien zur Zukunftssicherung im Servicegeschäft
- Operatives Servicemanagement: Maßnahmen zur Ausschöpfung von Servicemarktpotentialen
 - Servicemarketing-Mix als methodische Grundlage
 - Leistungspolitik: Servicekernprozessoptimierung und zielgruppenorientierte Angebotspolitik als Kernaufgaben der Leistungspolitik
 - Preispolitik: Die drei Wege zur Verbesserung des Preisimages (kosten-, wettbewerbs- und nachfragerorientierte Preisbildung)
- Servicecontrolling: Servicekennzahlen

Inhalt 2 – Kundenorientiertes Verkaufsmanagement

- Einführung in das Verkaufsmanagement im Service
 - Serviceleistungsverkauf: Einordnung und Begriffsverständnis
 - Herausforderungen im Serviceleistungsverkauf
- Theoretische Grundlagen des Verkaufsmanagements
 - Kommunikationspolitische Entscheidungstatbestände
 - Planungsprozess kommunikationspolitischer Entscheidungstatbestände
 - Kommunikationsarten des Serviceleistungsverkaufs
 - Ansätze zur Gestaltung des (semi)persönlichen Serviceleistungsverkaufs
 - Ansätze zur Gestaltung des unpersönlichen (medialen) Serviceleistungsverkaufs
- (Semi)Persönlicher Serviceleistungsverkauf
 - Grundtechniken einer erfolgreichen Auftrags- und Verkaufsgesprächsführung: Positives Denken - Fragetechniken - Zuhörtechniken - Informationstechniken - „Sie“ - Standpunkt - Körpersprache - Einwand-/Vorwandbehandlung - Preisnenntechniken
 - Aktiver Serviceleistungsverkauf in der Dialogannahme: Konzept und Umsetzung
 - Exkurs: Der semipersönliche Serviceleistungsverkauf durch Telefonmarketing
- Medialer Serviceleistungsverkauf
 - Aktuelle Bedingungen der Werbung im Servicegeschäft
 - Prozess der Werbeplanung als Grundlage
 - Corporate Identity als Orientierungsrahmen der Werbeplanung
 - Werbeanalyse
 - Festlegung der Werbeziele
 - Zielgruppenbestimmung
 - Festlegung der Werbeinhalte: Positionierungsstrategien, Copy Strategien, Werbemittel und Werbeträger (Mediaselektion)
 - Zeitliche Einsatzplanung der Werbung (Mediaplan) und Werbebudgetierung
 - Werbewirkungskontrolle
- **Fallstudie:** Bedarfsorientierte Entwicklung eines Werbekonzeptes für das Servicegeschäft, z.B. Servicestunden - Dialogannahme - Reifengeschäft – Schmierstoffgeschäft. (EvL in der Praxis)

Inhalt 3 – Customer Relationship Management (CRM)

- Konzeptionelle Grundlagen des CRM
 - Stellenwert des CRM im Automobil- und Servicegeschäft
 - Die Erfolgsfaktoren des CRM
- Kundenzufriedenheit als Erfolgsindikator des CRM
 - Kundenzufriedenheit: Begriffsklärung
 - Zufriedenheitsdimensionen in der Automobilwirtschaft
 - Bestimmungsfaktoren der Kundenzufriedenheit im Servicekernprozess
 - Erfolgswirkungen der Kundenzufriedenheit
 - Fokus Zufriedenheit: Kundenzufriedenheitsmanagement
 - Fokus Unzufriedenheit: Beschwerdemanagement
- Kundenbindung als Erfolgsindikator des CRM
 - Kundenbindung: Begriffsklärung
 - Bestimmungsfaktoren der Kundenbindung im Servicekernprozess
 - Erfolgswirkungen der Kundenbindung
 - Strategische Optionen und Umsetzung eines Kundenbindungsmanagements

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- Konzeptionen eines marktorientierten Servicemanagements.
- Analyse-, Prognose-, Planungs- und Kontrollinstrumente im Service.
- die Prozess- und Leistungsanforderungen der Servicekernprozesse.
- den Werbeplanungsprozess als Grundlage des medialen Serviceleistungsverkaufs.
- den Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit, Kundenbindung sowie der Marken- und Händlerloyalität des Kunden.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- unternehmensinterne und -externe Analysen zur aktuellen Situation im Servicegeschäft durchzuführen.
- den Servicekernprozess hinsichtlich seiner Optimierung zu analysieren und zu bewerten.
- die Servicekennzahlen sowie die Kennzahlen zum Wettbewerbs- und Kundenverhalten im Service-Markt aufzubereiten und zu bewerten.
- Serviceziele und Servicestrategien zur Marktbearbeitung und Zukunftssicherung zu entwickeln.
- Servicemarktpotentiale durch eine systematische operative Planung des Service-Marketing-Mix auszuschöpfen.
- eine erfolgreiche Auftrags- und Verkaufsgesprächsführung zu konzipieren.
- Verkaufsgespräche mit Hilfe geeigneter Verkaufsansätze zu strukturieren und bzgl. der Beziehungsebene zum Kunden zu optimieren.
- Vermarktungskonzepte für unterschiedliche Gegenstandsbereiche des Servicegeschäftes (Service-stunden, Teile- und Zubehör, Schmierstoffe, Reifen) anzuwenden.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- eine ganzheitliche und prozessspezifische Betrachtungsweise des Servicegeschäftes vornehmen. Sie sind sich bewusst darüber, dass zur Sicherung eines effektiven und effizienten Mitteleinsatzes im Servicemanagement kein rein aktionistisches, sondern ein konzeptionelles und konsequent marktorientiertes Handeln erforderlich ist.
- ausgehend von Situationsanalysen im Servicegeschäft, strategische sowie operative Managemententscheidungen treffen und Management-Konzeptionen für unterschiedliche Gegenstandsbereiche in der Servicepraxis entwickeln.
- Auftrags- und Verkaufsgespräche vorbereiten sowie kunden- und umsatzorientiert führen.
- (Stamm-)Kundenpotentiale identifizieren und diese durch zielgruppenadäquate Vermarktungskonzepte sowie durch geeignete Kundenbindungsprogramme sichern und ausschöpfen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- eine interdisziplinäre Betrachtungsweise auf das Servicegeschäft vornehmen. Diese integrative Servicekompetenz bildet eine wichtige Voraussetzung für die Übernahme von Führungsverantwortung.
- sich in einer dem Kommunikationsniveau des Kunden angepassten Sprache eindeutig und verständlich ausdrücken, knapp und präzise beschreiben sowie durch kommunikationstechnische Anwendungskennntnisse überzeugen.

Didaktische Hinweise

- Die Kenntnisse zum marktorientierten Servicemanagement werden durch Fallstudien gefestigt und angewandt. Die Bearbeitung erfolgt mit dem Ziel ein autohausspezifisches Stärken-Schwächen-Profil zu erstellen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen (Workload)	Inhalt 1	Inhalt 2	Inhalt 3
Präsenzveranstaltungen			
Vorlesung	30	35	30
Seminar	30	20	20
Eigenverantwortliches Lernen			
Selbststudium	30	35	10
Summe	90	90	60
Workload Gesamt		240	

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Umfang (min/Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Fallbeispiel (Inhalt 1/2)	6 Seiten	3. Semester	25%	3
Klausur (Inhalt 1/2)	120		50%	
Klausur (Inhalt 3)	60	4. Semester	25%	

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Frank Mauersberger

E-Mail: automobilmanagement@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

- Skript mit Lückentexten
 - für eigene Mitschriften
 - für gemeinsam erarbeitete Lehrinhalte
- Aktuelle Statistiken und Marktforschungsuntersuchungen im Automobilmarkt
 - DAT-Report (aktuelle - jährlich - erscheinende Auflage)
 - Aktuelle Marktforschungsuntersuchungen im Service (z.B. Institut für Automobilwirtschaft)

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (*prüfungsrelevant*)

- Bruhn, M.: Kundenorientierung. Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM), Deutscher Taschenbuch Verlag, München
- Diez, W./ Reindl, S.: Faszination Service: Marktherausforderungen - Kundenerwartungen - Handlungsempfehlungen, Hamburg
- Diez, W.: Automobilmarketing, Verlag Moderne Industrie, Landsberg/Lech
- Diez, W.: Die Zukunft des Automobilservice, Institut für Automobilwirtschaft e.V., Nürtingen
- Diller, H./ Herrmann, A.: Handbuch Preispolitik. Strategien – Planung – Organisation – Umsetzung, Wiesbaden
- Hippner, H./ Wilde, K. D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM. Konzepte und Gestaltung, Wiesbaden
- Kroeber-Riel, W./Esch, F.R.: Strategie und Technik der Werbung, Stuttgart u.a.
- Meffert, H./ Burmann, Ch./ Kirchgeorg, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Gabler Verlag, Wiesbaden
- Wagner, E.: Praxishandbuch Servicemarketing, Autohaus Business Verlag, München
- Weis, H. Ch.: Verkaufsgesprächsführung, Ludwigshafen

Vertiefende Literatur

- Brachat, H./ Bongartz, E./ v. Heu, G./ Meunzel, R.M./ Schinkel, G.: Autohaus-Service-Management 2000, Autohaus Business Verlag, Ottobrunn
- Brachat, H./ Wagner, E.: Erlebnis Dialogannahme, Autohaus Business Verlag, Ottobrunn
- Brachat, H.: Autohaus-Management 2010. Strategien für erfolgreiche Automobilbetriebe, Autohaus Business Verlag, Ottobrunn
- Dannenberg, M. et al.: Handbuch Werbeplanung. Stuttgart
- Diez, W./ Reindl, S./ Brachat, H.: Grundlagen der Automobilwirtschaft, Autohaus Business Verlag, München
- Diez, W./ Reindl, S.: Faszination Service: Marktherausforderungen - Kundenerwartungen - Handlungsempfehlungen, Hamburg
- Diez, W./ Reindl, S.: Mehrmarkenhandel: Chance oder Risiko. Ein Leitfaden für den erfolgreichen Mehrmarkenhändler, Autohaus Business Verlag, München
- Diez, W.: Automobilmarketing, Verlag Moderne Industrie, Landsberg/Lech
- Diller, H.: Preispolitik, Stuttgart
- Ernst, E.: Werbung für die Werkstatt, Autohaus Business Verlag, München
- Jäger, U.: Verkaufsgesprächsführung. Beschaffungsverhalten, Kommunikationsleitlinien, Gesprächssituation, Oldenbourg Verlag, München
- Papadopoulos, J.: Automobile Verkaufswelten. Neue Ideen für mehr Kundenkontakt, Autohaus Business Verlag, Ottobrunn
- Pechtl, H.: Preispolitik, Bern/Stuttgart
- Pepels, W.: Marketing-Kommunikation. Das Kompendium, Merkur Verlag
- Sieg, C.: Der professionelle Serviceberater. Die eigene Qualifizierung aktiv gestalten, Autohaus Business Verlag, München
- Simon, H.: Preismanagement. Analyse – Strategie – Umsetzung, Wiesbaden
- Töpfer, A.: Kundenmanagement. Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Kundenwert messen und steigern, Springer Verlag, München
- Wagner, E.: Aktiver Serviceverkauf. Die Dialogannahme in der Praxis, Autohaus Business Verlag, München
- Walz, U./ Focken, R./ Meunzel, R.M.: Automobiles Servicemarketing, München
- Weis, H. Ch.: Verkaufsmanagement, Ludwigshafen

Wirtschaftsenglisch

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden in der Fremdsprache sich selbst und ihren beruflichen und akademischen Kontext beschreiben und mit alltäglichen Kommunikationssituationen des beruflichen Umfeldes umgehen können. Sie werden zur englischsprachigen schriftlichen und mündlichen Kommunikation innerhalb des Unternehmens und zwischen verschiedenen Unternehmen befähigt. Die Studierenden können ihr Unternehmen mit seinen grundlegenden Abläufen und wesentlichen Fakten in schriftlicher und mündlicher Form präsentieren.

Modulcode

4AM-ENGL-34

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 3

Dauer

2 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Abitur in Englisch (B2 oder B1)
- Mind. 7 Jahre Schulenglisch (Ausgangsniveau mind. B1 des europäischen Referenzrahmens)

Lerninhalte

SPEAKING TO A POTENTIAL CUSTOMER ON THE PHONE

Telephoning English / Speaking to customers / Making initial contact / Taking a Message / Offering product range in the showroom / Arranging a convenient time to view product range / Cold calling / Confirming arrangements / Dealing with demands / Enquiries on the telephone

MEETING THE CUSTOMER FACE-to-FACE / FIRST IMPRESSIONS LAST

Body Language / Basic socializing language / Meeting customers do's and don'ts + follow up / The importance of small talk / Steps for winning customers when you present yourself / Socializing with customers / Effective small talk / Starting a conversation / Talking about jobs / Showing interest in other people / Exchanging Information

PRESENT YOUR COMPANY'S FLAGSHIP PRODUCTS

Flagship products / Describing particular attributes / Performance / Standard Features / Interior / Exterior / Optional Extras / Price ratio / Depreciation / Product USP's and Market Trend

NEGOTIATION AND CREDIT TERMS + POST SALES PROCESS BOTH WRITTEN AND VERBAL

- Negotiating initial credit/payment terms using the correct industry terms and vocabulary / Making counter offers / Discussing final sales price / Negotiating optional extra's / Offering part exchange / Current government incentive schemes

- Write a letter/invoice/email confirming the details of the conversation / meeting and conditions of the contract, Including; initial/down payment agreed, final price, payment terms, equipment
- The post-sales process (telephoning) / Dissatisfied customers / Express understanding / Handling the situation / Vocabulary for issues with vehicles / Offering customer a solution / Resolving issues
- **Fallstudie:** Erarbeitung einer englischsprachigen Firmenpräsentation. (EvL in der Praxis)

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- Techniken des "English for Academic purposes" (Kenntnisse zu Techniken, um Vorlesungen zu folgen, Mitschriften anzufertigen sowie Lektüren zu bewältigen und Exzerpte zu schreiben).

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- eine komplexe Unternehmenspräsentation in Englisch anzufertigen und vorzutragen.
- eine prägnante Zielsetzung zu erstellen sowie ein Ergebnis eines selbst erstellten Unternehmensplans in englischer Sprache zu präsentieren.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- in Englisch sich selbst und ihren beruflichen und akademischen Kontext beschreiben, mit alltäglichen Kommunikationssituationen des beruflichen Umfeldes umgehen, über ihre Unternehmensorganisation berichten und Produkte und Dienstleistungen benennen.
- sich durch rezeptive und produktive Aktivitäten sowohl im Hören, Lesen, Sprechen als auch im Schreiben gebräuchliche Ausdrücke, memorierte Sätze und Redeformeln der Berufs- und Arbeitswelt aneignen.
- das für die Branche relevante Fachvokabular adäquat anwenden.
- Texte mit frequentem Wortschatz verstehen, aus Zeitungsartikeln spezifische Infos filtern sowie Vorschriften bzw. Anleitungen verstehen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- ihre eigenen sprachlichen Fähigkeiten, z.B. durch die Benutzung des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen einschätzen.
- englischsprachig schriftlich und mündlich innerhalb des Unternehmens und zwischen verschiedenen Unternehmen kommunizieren.

Didaktische Hinweise

- Der Lernstoff wird durch begleitende Übungen mit Audio, Video, Konversation und Fallbeispielen vertieft.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Seminar	40
Übung	50
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	90
Workload Gesamt	180

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Mündliche Prüfung	30	4. Semester	100%	2

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. phil. Annett Heinze

E-Mail: heinze@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Englisch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

Techno Plus Englisch, KWZ und EUROKEY

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienaussgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (*prüfungsrelevant*)

- Payton, Colin: How to pass English for Business. Second level. The official Examination Board Guide. Education Development International
- Payton, Colin: How to pass English for Business. Third level. The official Examination Board Guide. Education Development International
- Self-assessment grid of the Council of Europe's Common European Reference Framework

Vertiefende Literatur

Bücher und Materialien

- Cottrell, S.: The Study Skills Handbook, Palgrave Macmillan
- Donald, S.G., Kneale, P.E., Study Skills for Language Students, Oxford University Press
- Gibson, R.: Intercultural Business Communication. Fachsprache Englisch, Berlin: Cornelsen & Oxford
- Glendinning: Oxford English for Electrical and Mechanical Engineering, Cornelsen
- Jayendran, A.: Englisch für Maschinenbauer, Vieweg Verlag
- Möllerke, G.: Modern English for Mechanical Engineers, Fachbuchverlag Leipzig
- Müller-Jacquier, B.D.: Linguistic Awareness of Cultures: Principles of a Training Module. In: Kistler, P./ Konivuori (Hg.): From International Exchanges to Intercultural Communication
- Swan, M./ Practical English Usage, Oxford University Press, + Structure Drills, vols. 1 & 2
- Swan, M./ Walter, C., How English Works: A grammar practice book, with answers, Oxford University Press
- Terrel, P. u.a.: Pons Großwörterbuch Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch Ernst Klett Verlag
- Thomas, A.: Interkulturelles Handlungstraining in der Managerausbildung. WIST Wirtschaftswissenschaftliches Studium 6. 281-287
- Thomas, A.: Vorbereitung von Mitarbeitern für den Auslandseinsatz: Wissenschaftliche Grundlagen. In: Kühmann, T. (Hg.): Mitarbeiterentsendung ins Ausland: Auswahl, Vorbereitung, Betreuung und Wiedereingliederung. 85-118. Göttingen: Hogrefe
- Wood, Ian u.a., Pass Cambridge BEC Vantage/Higher Summertown Publishing
- Zürl, K. H.: Modern English for Automotive Industry, Hanser Verlag

Zeitschriften

- Business Spotlight, The Economist, The Financial Times, Business Week

Online Unterrichtsmaterial

- <http://www.bized.ac.uk/stafsup/options/bsstudyhome.htm>
- <http://www.dict.cc>
- <http://www.leo.org>

WBTs

- Business Online (Hueber)
- English for Business (University of Wolverhampton, Philips)
- Interaktive Sprachreise 'Business English' (Digital Publishing)

Wirtschaftsrecht

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Moduls darin, dass die Studierenden einen Überblick über das Rechtssystem insgesamt und über die einzelnen Rechtsgebiete erhalten und sie in die Lage zu versetzen, mit rechtlichen Sachverhalten umzugehen. Das Vermitteln eines Grundverständnisses für die wirtschaftlich relevanten Teile des Bürgerlichen Rechts steht dabei im Fokus.

Sie lernen die rechtlichen Grundlagen, welchen sie in Ihrem Berufsalltag gegenüberstehen, kennen und einzuordnen. Sie sollen befähigt werden, eine Systematik für die Lösung rechtlicher Problemstellungen im Servicegeschäft eigenständig zu erstellen. Sie vertiefen anwendungsorientierte Detailkenntnisse der Wirtschafts- und Rechtssystematik.

Modulcode

4AM-RECHT-50

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 5

Dauer

1 Semester

Credits

7

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzstunden

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

keine

Lerninhalte

- Überblick über das Rechtssystem und die Rechtsgebiete
- Juristische Arbeitstechniken
- Einführung in das BGB
 - Natürliche und juristische Personen
 - Abstraktionsprinzip
 - Rechtsgeschäftliche Grundlagen (Willenserklärung/Vertrag)
 - Stellvertretung
 - Fristen und Termine/Verjährung
- Allgemeine Geschäftsbedingungen
- Schuld- und Sachenrecht
 - Begriff und Arten des Schuldverhältnisses
 - Inhalt und Beendigung von Schuldverhältnissen
 - Leistungsstörungen im Schuldverhältnis mit Besonderheiten beim Kauf
 - Gesetzliche Schuldverhältnisse
 - Regelungsbereich und Grundprinzipien des Sachenrechts
- Handels- und Gesellschaftsrecht
 - Der Kaufmann und die verschiedenen Arten der Kaufleute
 - Die Firma als Name des Kaufmanns
 - Das Handelsregister
 - Allgemeine Regeln für Handelsgeschäfte
 - Recht der Personengesellschaften
 - Die Körperschaften, insbesondere GmbH und AG

- Arbeitsrecht
 - Anwendungsbereich und Grundbegriffe des Arbeitsrechts
 - Begründung des Arbeitsverhältnisses
 - Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsverhältnis
 - Beendigung des Arbeitsverhältnisses
 - Tarifvertragsrecht
 - Betriebsverfassungsrecht
- Kfz-Werkvertrag
 - Fertigstellungs-, Abnahme- und Zahlungsfristen
 - Sicherungsrechte des Autohauses
 - Gewährleistung
- Insolvenzrecht
 - Regel- und Verbraucherinsolvenzverfahren
 - Insolvenzantrag und Eröffnungsverfahren, Insolvenzanfechtung, Insolvenzplan
- Wettbewerbsrecht (Überblick)

- **Fallstudie:** Analyse der im Unternehmen rechtswirksam geltenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Service, insbesondere Werkstatt, Teile- und Zubehörverkauf, Beratung. (EvL in der Praxis)

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- den Inhalt und die Struktur des Bürgerlichen Rechts.
- die Rechtsmethodik (Sachverhalt und Norm, Struktur von Rechtssätzen, Fallbearbeitungstechnik).
- das Zustandekommen eines wirksamen Vertrages.
- das Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
- die wesentlichen Rechtsgrundlagen der Fahrzeugreparatur und –wartung.
- die Rechte und Pflichten des Arbeitnehmers sowie des Arbeitgebers.
- die Fertigstellungs-, Abnahme- und Zahlungsfristen sowie die damit verbundenen Rechtsfolgen.
- die unterschiedlichen Sicherungsrechte des Autohauses.
- das Gewährleistungsrecht beim Werkvertrag.
- die Unterschiede zwischen dem Regel- und dem Verbraucherinsolvenzverfahren sowie den Ablauf eines Insolvenzverfahrens.
- den Inhalt und die Struktur des Wettbewerbsrechts.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage

- einzelne Rechtsprobleme zu erfassen und hinsichtlich ihrer Bearbeitung und Lösung unter Zuhilfenahme entsprechender Fachliteratur zu strukturieren.
- rechtliche Probleme des Bürgerlichen Rechts, des Werkvertragsrechts und des Insolvenzrechts prägnant darzustellen.
- Lösungsansätzen, mittels einer strukturierten Arbeitsweise und einer adäquaten Darstellung der gewonnenen Ergebnisse, zu erarbeiten.

- Methoden und Techniken der Falllösung und der praktischen Umsetzung gewonnener Erkenntnisse (z.B. Überarbeitung von AGB, Vertragsentwürfe, Haftungsfragen) anzuwenden. Sie erarbeiten entsprechende Lösungen, strukturieren sie und stellen die gewonnenen Ergebnisse im Servicegeschäft des Automobilhandels in adäquater Form dar.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- die einzelnen Rechtsgebiete systematisieren und Entscheidungen, basierend auf juristische Grundkenntnisse, ableiten.
- fachbezogene/-übergreifende Probleme und rechtliche Zusammenhänge unter Berücksichtigung der Anforderungen des Berufsfeldes erkennen, mittels geeigneter Methoden und unter Anwendung adäquater Arbeitstechniken erfolgreich bearbeiten und entsprechende Handlungsempfehlungen erstellen.
- die Besonderheiten des Kfz-Werkvertrages erkennen und im Umgang mit dem Kunden und anderen Händlern rechtssicher anwenden.
- einen Insolvenzantrag erstellen und Konsequenzen ableiten, die sich aus dem Unterlassen der Antragstellung ergeben.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- die Mitarbeiter im Autohaus auf rechtliche Probleme im Umgang mit Kunden und Lieferanten hinweisen und Lösungsmöglichkeiten bei Konflikten aufzeigen.
- beurteilen, wann es erforderlich ist, die Beratung oder Vertretung einen Juristen einzufordern.
- sich mit unterschiedlichen Meinungen zu einem Problem rechtswissenschaftlich auseinandersetzen und Problemlösungen argumentativ verteidigen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	70
Seminar	40
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	100
Workload Gesamt	210

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur	210	5. Semester	100%	2

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Reinhard Franke

E-Mail:

franke@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

- Skript mit Übungsfällen: „Einführung in das Recht und Rechtsmethodik“
- Skript mit Übungsfällen: „Einführung in das BGB“
- Skript mit Übungsfällen: „Wirtschaftsprivatrecht - Teil 1“

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienaussage. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Gesetzessammlungen:
 - Bürgerliches Gesetzbuch, Beck-dtv-Ausgabe
 - Weitere Texte: HGB, AktG, GmbHG, EG-Vertrag
 - Wichtige Wirtschaftsverwaltungs- und GewerbeGesetze, NWB-Verlag
- Lehrbücher:
 - Brox, H./ Rütters, B./ Henssler, M.: Arbeitsrecht, Kohlhammer W. Verlag
 - Brox, H./ Walker, W. D.: Allgemeines Schuldrecht, Beck C. H. Verlag
 - Brox, H.: Allgemeiner Teil des BGB, Heymanns Verlag GmbH Verlag
 - Dütz, W.: Arbeitsrecht, Beck C. H. Verlag
 - Haase, R./ Keller, R. (Hrsg.): Grundlagen und Grundformen des Rechts
 - Katko, P.: Bürgerliches Recht – Schnell erfasst
 - Klunzinger, E.: Einführung in das Bürgerliche Recht, Vahlen Franz GmbH Verlag
 - Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, UTB für Wissenschaft Verlag
 - Wörlen, R.: Anleitung zur Lösung von Zivilrechtsfällen, Heymanns Verlag GmbH

Vertiefende Literatur

- Gesetzessammlungen:
 - Wichtige Gesetze des Wirtschaftsprivatrecht, NWB-Textausgabe
- Lehrbücher:
 - Baumann, J.: Einführung in die Rechtswissenschaft, Rechtssysteme und Rechtstechnik,
 - Däubler, W.: Internet und Arbeitsrecht
 - Hanau, P./Adomeit, K.: Arbeitsrecht
 - Köbler, G.: Juristisches Wörterbuch, Vahlen Franz GmbH Verlag
 - Medicus, D.: Allgemeiner Teil des BGB, Heidelberg
 - Mehrings, J.: Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, Pearson Studium
 - Meyer, J.: Wirtschaftsprivatrecht, Springer
 - Robbers, G.: Einführung in das deutsche Recht
 - Sakowski, K.: Grundlagen des Bürgerlichen Rechts, Physica Verlag
- Kommentare:
 - Jauernig, O.: Bürgerliches Gesetzbuch, Kommentar, Beck C. H. Verlag
 - Palandt, O.: Kommentar zum BGB, München

Qualitätsmanagement

Das Studienziel besteht nach Abschluss des Wahlmoduls darin, dass die Studierenden das Grundanliegen und die Struktur eines Qualitätsmanagementsystems (QMS) verstehen. Grundlage bildet die ISO 9000 zur Strukturierung eines QMS. Den Studierenden sollen Voraussetzungen, Wege und Ziele des Totalen Qualitätsmanagements (TQM) vermittelt werden. Die Anwendung von Qualitäts- und Managementtechniken speziell für den Bereich der Dienstleistung werden mit dem Anliegen des Risikomanagements verknüpft. Darüber hinaus werden die Studierenden befähigt, das Zertifikat zum „Qualitätsmanagementbeauftragten“ (QMB) ablegen zu können.

Modulcode

4AM-QUALI-T-56

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 5

Dauer

2 Semester

Credits

7

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzstunden

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

Keine4AM-AHMAN-20

Lerninhalte

Grundlagen des Qualitätsmanagements

- Angewandtes Qualitätsmanagement nach internationalen Normen
 - Begriff Management und Managementfunktionen im Unternehmen
 - Begriff Qualität, Merkmale und Qualitätsmerkmale – Praxisübung
 - Qualitätsmanagement - eine spezifische Managementlehre und Managementpraxis
 - Qualitätsmanagement-System
 - Normen und Richtlinien, Normenreihe ISO 9000, acht Grundsätze des QM
- Prozessbetrachtung in der Produkterstellung für materielle Produkte und immaterielle Dienstleistungsprodukte
 - Prozessgrundlagen, Prozessverständnis für Produktion und Dienstleistung
 - Prozessdarstellung nach Deming, der P-D-C-A-Zyklus
 - Prozessbeherrschung mit QM, sechs Teilgebiete des Qualitätsmanagements
 - Prozessdarstellung nach ISO 9001
 - Grundlagen der Auditierung und Zertifizierung
- Qualitätsmanagement- System nach der internationalen Norm ISO 9001
 - Inhalt der Norm ISO 9001, ISO TS16949 Technische Spezifikation
 - Prozessmodell nach ISO 9001
 - Aufbau und Einführung eines QM-Systems - mit Beispiel Autohaus
 - Dokumentationsanforderungen an ein QM-System
 - Verantwortung der Leitung im QM-System
 - Management von Ressourcen (Infrastruktur, Personal, Arbeitsumgebung)
 - Produktrealisierung, einschließlich Dienstleistungsprodukte
 - Messung, Analyse, Verbesserung

- Kommunikation von Qualitätsmanagement im Unternehmen, Moderation von Qualitätszirkeln in der Praxis
 - Überblick
 - Kommunikation von QM und Qualitätsproblemen, Moderation von Qualitätszirkeln
 - Präsentation von QM-Ergebnissen, Übungsaufgaben zum QM im Internet
- **Fallstudie:** Analyse des QM-Systems im Unternehmen, hinsichtlich DIN-Konformität zur DIN EN 9001 (EvL in der Praxis)

Angewandtes Qualitätsmanagements

- Wege zum Totalen Qualitätsmanagement
 - Qualitätspreis EQA des EFQM; TQM
 - Selbstbewertung, Interdependenzen, Benchmarking, Ranking
- Qualitäts- und Managementtechniken und deren Anwendung
 - 7 Elementare Qualitätswerkzeuge (Q7): Fehlersammelliste, Histogramm, Qualitätsregelkarte, Pareto-Diagramm, Korrelationsdiagramm, Brainstorming, Ursache-Wirkungs-Diagramm
 - 7 Managementwerkzeuge (M7): Affinitätsdiagramm, Relationendiagramm, Baumdiagramm, Matrixdiagramm, Portfolio, Netzplan, Problemscheidungsplan
- Werkzeuge für die Kundenzufriedenheit
 - Qualitätsfunktionen - Darstellung (QFD, HoQ)
 - Fehlermöglichkeits- und -einflussanalyse (FMEA)
 - Statistische Prozessregelung (SPR) - Six Sigma
 - QRK, Normalverteilung, Prozessfähigkeit
 - Kunden- und Lieferantenbeziehungen, A,B,C-Einstufungen
 - 8 D-Bericht
 - Prüfzeugnisse, Erstmusterprüfberichte
- Qualitätstechniken für die Dienstleistung – D7
 - Qualitätsmodelle für Dienstleistungen
 - Das Gap-Modell der Dienstleistungsqualität
 - Dienstleistung und TQM
 - Vignetten-Technik, Service-Blueprinting, Sequentielle Ereignismethode, Qualitätsmessung mit Hilfe von Rating-Skalen – ServQual, Beschwerdemanagement, Frequenz-Relevanz-Analyse von Problemen (FRAP), Service-FMEA
 - D7 im Servicekernprozess eines Autohauses
- Risikomanagement
 - Risikoanalyse, Risikomanagementsystem (ONR 49000, Basel II); Produkthaftungsgesetz, Produkthaftung Automobil

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- das Gap-Modell der Dienstleistungsqualität und dessen Verknüpfungen zu den M7, Q7 und D7.
- die Begrifflichkeiten der DIN EN ISO und deren Zusammenhänge zertifizierbarer Qualitätsmanagementsysteme.
- die Grundlagen, Konzepte, Strategien und Methoden des Qualitätsmanagements.
- den Aufbau von Qualitätssicherungssystemen.
- die Bedeutung und das Ziel von Qualität und deren Verwirklichung.
- die Bedeutung einer qualitätsorientierten Unternehmensführung.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- eine Auswahl geeigneter Qualitätswerkzeuge aus dem Portfolio des TQM zu treffen.
- Kennzahlensysteme zu ermitteln.
- eine angepasste Qualitätspolitik sowie Qualitätsziele eines Unternehmens abzuleiten und zu formulieren.
- ausgewählte Methoden zur Bewertung der Wirksamkeit und Effizienz des Qualitätsmanagementsystems anzuwenden.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- ausgehend von den Grundkenntnissen der Zertifizierung, Qualitäts- und Managementtechniken anwenden.
- effektive Techniken anwenden, um QM - Probleme zu analysieren, zu visualisieren, zu dokumentieren und zu lösen.
- das Qualitätsmanagement und das Geschäftsprozessmanagement miteinander verknüpfen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- QM-Probleme kommunizieren und einen Beitrag zur Arbeit in Qualitätszirkeln leisten.
- unterschiedliche Prozesse in der Wertschöpfungskette anhand von Qualitätsmerkmalen einschätzen.
- kunden- und prozessorientiert denken, komplexe Ursache-Wirkungszusammenhänge in Systemen bzw. Organisationen erkennen und unter den Zielsetzungen des Qualitätsmanagements nutzbar machen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	60
Seminar	50
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	100
Workload Gesamt	210

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Präsentation	30 min.	6. Semester	17%	3
Klausur	150 min.		83%	

Modulverantwortlicher

Prof. Dr.-Ing. Heiko Enge

E-Mail: enge@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

Skripte, Handouts, Medien

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Brauer, J. P.: DIN EN ISO 9000:2000 ff. umsetzen, Gestaltungshilfen zum Aufbau Ihres Qualitätsmanagementsystems, Hanser, Pocket Power Serie
- Hummel, Malorny: Total Quality Management, Tipps für die Einführung, Hanser
- Kamiske, Brauer: ABC des Qualitätsmanagements, Hanser
- Kamiske, G. F./ Brauer, J.-P.: Qualitätsmanagement von A bis Z – Erläuterungen moderner Begriffe des Qualitätsmanagements, München-Wien
- Qualitätstechniken Q7 M7 – Werkzeuge zur Problemlösung und ständigen Verbesserung, HANSER Verlag
- Theden, Colsman: Qualitätstechniken, Werkzeuge zur Problemlösung und ständigen Verbesserung, Hanser

Vertiefende Literatur

- Binner, H. F.: Umfassende Unternehmensqualität – Ein Leitfaden zum Qualitätsmanagement, Berlin
- Brauer, J. P.: DIN EN ISO 9000:2000 ff. umsetzen, Gestaltungshilfen zum Aufbau Ihres Qualitätsmanagementsystems, Hanser, Pocket Power Serie
- Dag Kroslid, Konrad Faber, Kjell Magnusson, Bo Bergman: Six Sigma, Erfolg durch Breakthrough-Verbesserungen, Hanser
- Hering, E./ Triemel, J.: Qualitätsmanagement für Ingenieure, Springer
- Hoeth, Schwarz: Qualitätstechniken für die Dienstleistung, Die D 7, Hanser
- Kamiske, G. F. (Hrsg.): Die hohe Schule des Total Quality Management, Berlin-Heidelberg
- Kamiske/ Ehrhart/ Jacobi/ Pfeifer/Ritter/ Zink (Hrsg.): Bausteine des innovativen Qualitätsmanagements – Erfolgreiche Praxis in deutschen Unternehmen, München-Wien
- Pfeifer, T.: Qualitätsmanagement: Strategien, Methoden, Techniken, Hanser

Fachenglisch

Die Studierenden werden zur Fachkommunikation auf internationaler Ebene befähigt. Sie sind nach Abschluss des Wahlpflichtmoduls in der Lage, Arbeitsabläufe und Systeme im Unternehmen in englischer Sprache zu beschreiben und technische Details zu erklären. Sie können Fachtexte in englischer Sprache erschließen und erarbeiten sich einen breiteren Wortschatz ihres Fachgebiets.

Darüber hinaus wenden die Studierenden ihr gelerntes Wirtschaftsenglisch aus dem vorangehenden Modul (Wirtschaftsenglisch) an und werden befähigt, ein europäisches Sprachzertifikat (z.B. LCCI EFB, Level 2/3) zu erwerben. Im Mittelpunkt steht dabei die europäische Geschäftskorrespondenz. Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeiten im Geschäftsbereich unter Verwendung von Aufgaben aus dem wirklichen Geschäftsleben vertieft.

Ferner erhalten sie einen Einblick in interkulturellen Verschiedenheiten im internationalen Wirtschaftsleben und verfügen über eine erhöhte Sensibilität bezüglich kommunikativer Besonderheiten und kultureller Unterschiede. Damit werden die Studierenden zielgerichtet auf einen möglichen beruflichen Auslandsaufenthalt oder ein Auslandspraktikum vorbereitet.

Modulcode

4AM-DISEN-56

Modultyp

Wahlpflichtmodul des Studienganges

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 5

Dauer

2 Semester

Credits

7

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

4AM-ENGL-34

Lerninhalte

PROFESSIONAL IN-COMPANY PRESENTATIONS

Getting Started - welcoming your audience / introducing yourself / structuring the presentation / dealing with nervousness / organizational details / getting the audience's attention

Signposting - using body language / signposting phrases / tips on presenting to Americans / guiding the audience through the presentation / referring to other points / talking about difficult issues

Using Slides - presentation tools / introduction visuals / using and saying appropriate numbers / creating effective visuals / the rule of six / emphasizing important points / making contrasts and describing results

Graphs and Charts - types of graphs / explaining visuals and highlighting information / describing visuals effectively / verbs that describe trends / tips for describing trends / using adjectives and adverbs to talk about trends

Concluding - making final statements / summarizing the main points / concluding a presentation / making recommendations / strategies for effective conclusions / using your voice effectively

Q & A - skills for handling questions / dealing with questions / dealing with interruptions / asking polite questions / preparing for a Q & A session / anticipating questions / reformulating questions

COMPANY SPECIFIC HISTORY/STRUCTURE AND RANGE OF PRODUCTS

- Research company classifications in the UK / German company equivalent / Liability and responsibility of employees and company founders / Legal regulations / Situation in case of insolvency
- Company expansion and milestones reached / Targets and key customers / Market development and changes encountered
- Brands offered and best selling cars / Flagship products / Primary focus brands / Historical markets trends for various brands / Best profit margin and residual value
- **Fallstudie:** Erstellen eines unternehmensspezifischen Business-Plans in englischer Sprache (EvL in der Praxis)

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- englische Wortgruppen/ Redewendungen zu branchenrelevanten Produkten und Dienstleistungen, fachspezifischen Arbeitsabläufen und technischen Details.
- den fachrelevanten Wortschatz, incl. verwendeter Grammatikregeln.
- die Strukturen, Varianten der für die Geschäftskommunikation typischen Kommunikationseinheiten.
- verschiedene Textsorten der Geschäftskorrespondenz.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- die in Wirtschaftsenglisch begonnene komplexe Unternehmenspräsentation durch technische Details zu vervollständigen und vorzutragen.
- den selbst erstellten Unternehmensplans nach einer prägnanten Zielsetzung und Vorgehensweise in englischer Sprache zu präsentieren.
- komplexe Aufgabenstellungen der internationalen Geschäftskorrespondenz zu erfassen und unter Beachtung interkultureller Besonderheiten zu lösen.
- unterschiedliche Textsorten in der Geschäftskorrespondenz wie Memos, Notizen, Emails, Berichte, Geschäftsbriefe und Listen zu verwenden.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- ihr berufliches Aufgabengebiet weitreichend und fachbezogen in der Fremdsprache beschreiben, effizient mit alltäglichen Kommunikationssituationen des beruflichen Umfeldes umgehen und über ihre Unternehmensorganisation berichten. Sie können Produkte und technische Dienstleistungen beschreiben.
- sich durch rezeptive und produktive Aktivitäten sowohl im Hören, Lesen, Sprechen als auch im Schreiben gebräuchliche Ausdrücke, memorierte Sätze und Redeformeln der Berufs- und Arbeitswelt aneignen.
- das für ihre Branche relevante Fachvokabular adäquat anwenden. Sie können Texte mit fachrelevantem Wortschatz verstehen, aus Produktbeschreibungen spezifische Infos filtern, Vorschriften/Anleitungen verstehen.
- die englischsprachige schriftliche und mündliche Geschäftskorrespondenz innerhalb des Unternehmens und zwischen verschiedenen Unternehmen bewältigen.
- ihr Wissen und Verstehen auf ihre Tätigkeit oder ihren Beruf anwenden, Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet erarbeiten und weiterentwickeln.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- ihr Sprachstudium selbständig organisieren und gestellte Aufgabenstellungen in Einzel- und Gruppenarbeit realisieren.
- ihre Strategien für das Sprachenlernen (Vokabeln, Grammatik) sowie ihr Zeitmanagement verbessern.
- zur fachlichen englischsprachigen schriftlichen und mündlichen Kommunikation innerhalb des Unternehmens und zwischen verschiedenen Unternehmen beitragen.

Didaktische Hinweise zum Konstruktionsentwurf

- Der Lernstoff wird durch begleitende Übungen mit Audio, Video, Konversation und Fallbeispielen vertieft.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Seminar	50
Übung	60
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	100
Workload Gesamt	210

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Mündliche Prüfung	30 min.	6. Semester	100%	3

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. phil. Annett Heinze

E-Mail: heinze@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Englisch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

Bücher und Materialien

- Payton, Colin: How to pass English for Business. Second level. The official Examination Board Guide. Education Development International
- Payton, Colin: How to pass English for Business. Third level. The official Examination Board Guide. Education Development International
- Self-assessment grid of the Council of Europe's Common European Reference Framework

Vertiefende Literatur

Bücher und Materialien

- Cottrell, S.: The Study Skills Handbook, Palgrave Macmillan
- Donald, S.G., Kneale, P.E., Study Skills for Language Students, Oxford University Press
- Gibson, R.: Intercultural Business Communication. Fachsprache Englisch, Berlin: Cornelsen & Oxford
- Glendinning: Oxford English for Electrical and Mechanical Engineering, Cornelsen
- Jayendran, A.: Englisch für Maschinenbauer, Vieweg Verlag
- Möllerke, G.: Modern English for Mechanical Engineers, Fachbuchverlag Leipzig
- Müller-Jacquier, B.D.: Linguistic Awareness of Cultures: Principles of a Training Module. In: Kistler, P./ Konivuori (Hg.): From International Exchanges to Intercultural Communication
- Swan, M./ Practical English Usage, Oxford University Press, + Structure Drills, vols. 1 & 2
- Swan, M./ Walter, C., How English Works: A grammar practice book, with answers, Oxford University Press
- Terrel, P. u.a.: Pons Großwörterbuch Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch Ernst Klett Verlag
- Thomas, A.: Interkulturelles Handlungstraining in der Managerausbildung. WIST Wirtschaftswissenschaftliches Studium 6. 281-287
- Thomas, A.: Vorbereitung von Mitarbeitern für den Auslandseinsatz: Wissenschaftliche Grundlagen. In: Kühmann, T. (Hg.): Mitarbeiterentsendung ins Ausland: Auswahl, Vorbereitung, Betreuung und Wiedereingliederung. 85-118. Göttingen: Hogrefe
- Wood, Ian u.a., Pass Cambridge BEC Vantage/Higher Summertown Publishing
- Zürl, K. H.: Modern English for Automotive Industry, Hanser Verlag

Zeitschriften

- Business Spotlight, The Economist, The Financial Times, Business Week

Online Unterrichtsmaterial

- <http://www.bized.ac.uk/stafsup/options/bsstudyhome.htm>
- <http://www.dict.cc>
- <http://www.leo.org>

WBTs

- Business Online (Hueber)
- English for Business (University of Wolverhampton, Philips)
- Interaktive Sprachreise 'Business English' (Digital Publishing)

Angewandte Marktforschung und SPSS Statistics

Nach Abschluss des Wahlpflichtmoduls sind die Studierenden in der Lage, für betriebswirtschaftliche Fragestellungen die geeigneten Datenerhebungen und -erfassungen durchzuführen sowie die gewonnenen Daten problemorientiert aufzubereiten, darzustellen, zu analysieren sowie die Ergebnisse zu interpretieren. Sie eignen sich hierfür grundlegendes Wissen auf dem Gebiet der Wirtschaftsstatistik an. Neben statistischen Grundbegriffen erhalten die Studierenden einen Überblick zu den Verfahren der deskriptiven und induktiven Statistik sowie zur Wahrscheinlichkeitsrechnung. Die erworbenen Kenntnisse bilden die Basis für die Wissensvermittlung auf dem Gebiet der empirischen Forschung. Dabei werden die Studierenden befähigt, ein Marktforschungsprojekt zu entwickeln, seinen Ablauf in allen Stadien zu planen und die einzelnen Projektschritte mit Hilfe der Standardstatistiksoftware SPSS abzuarbeiten.

Modulcode

4AM-DISMF-56

Modultyp

Wahlpflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Studienablaufplan

Semester 5

Dauer

2 Semester

Credits

7

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangsübergreifend

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzstunden

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

4AM-MATHE-10; 4AM-AHMAN-20

Lerninhalte

Wirtschaftsstatistik

- Grundlagen der Wirtschaftsstatistik (Amtliche und nichtamtliche Statistik, Institutionen, Publikationswesen, Datenerhebung, Merkmale)
- Wirtschaftsstatistik I: Deskriptive Statistik bei eindimensionalem Datenmaterial
 - Häufigkeitsverteilungen
 - Lageparameter
 - Mittelwerte
 - Streuungsparameter
 - Varianz
 - Konzentrationsmaße
- Wirtschaftsstatistik II: Deskriptive Statistik bei mehrdimensionalem Datenmaterial
 - Verhältnis- und Indexpzahlen
 - Korrelation, Kontingenztafel, Regression
 - Multivariate Analyseverfahren (Clusteranalyse, Varianzanalyse, Faktorenanalyse, Diskriminanzanalyse, kanonische Korrelation, multidimensionale Skalierung)
 - Zeitreihenanalyse
- Wirtschaftsstatistik III: Wahrscheinlichkeitsrechnung

- Permutationen
- Kombinationen
- Variationen
- Zufallsvorgänge
- Wahrscheinlichkeit
- Zufallsvariable
- Verteilungen
- Verteilungsparameter (Mittelwert, Varianz)
- Wirtschaftsstatistik IV: Induktive Statistik
 - Stichprobenverfahren
 - Punktschätzung
 - Erwartungswert
 - Intervallschätzung
 - Konfidenzintervall
 - Signifikanztests

Empirische Forschung mit SPSS Statistics (Angewandte Marktforschung)

- Praxisbezogene Grundlagen der Marktforschung
 - Marktforschungsprozess
 - Auswahl des Marktforschungsdesigns
 - Quantitative und qualitative Marktforschung und ihre Gütekriterien
- Methoden der Informationsgewinnung
 - Informationsquellen und Methoden der Informationsgewinnung im Überblick (Befragung, Beobachtung, Experiment, Panel)
 - Die Befragung als Methode der Informationsgewinnung (Fragebogenkonstruktion: Ablauf, alternative Frageformen, Befragungssteuerung, Frageformulierung, Skalenverwendung)
 - Erhebungsverfahren im praktischen Einsatz
- Einführung in die rechnergestützten Verfahren zur Datenaufbereitung/-analyse (SPSS)
 - Daten einlesen, strukturieren und transformieren
 - Graphische Darstellungen
 - Deskriptive Datenanalyse, Berechnung von Kenngrößen
 - Korrelationsanalyse und lineare Regressionsmodelle
 - Statistische Hypothesentests (t-Test, F-Test, Wilcoxon, Chi-Quadrat, etc.)
 - Aufbau eines Marktforschungsberichtes

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die praxisbezogenen Grundlagen der Marktforschung hinsichtlich des adäquaten Einsatzes von Erhebungs- und Auswertungsverfahren.
- zugängliche Datenaufbereitungs- und -analysetools (wie SPSS).

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- den adäquaten Einsatz der alternativen Erhebungsmethoden in der Marktforschung kritisch zu hinterfragen.
- die erforderlichen Daten problem- bzw. zielorientiert zu erheben, informationstechnisch aufzubereiten, auszuwerten und zu interpretieren.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- problemorientiert explorative, deskriptive oder kausale Marktforschungsdesigns festlegen und geeignete Informationsgewinnungs- und Erhebungsverfahren bestimmen.
- die notwendigen Informationen mit geeigneten rechnergestützten Verfahren auswerten sowie problemlösungsorientiert interpretieren.
- fallbezogen ein Marktforschungsproblem im Hinblick auf den Informationsbedarf erkennen und definieren.
- über die Notwendigkeit einer Sekundär- oder Primärforschung entscheiden.
- ein geeignetes Marktforschungsdesign (Methode, Art der Erhebung, Zielgruppe, Auswahlverfahren) definieren.
- einen geeigneten Erhebungsrahmen gestalten und die gewonnenen Informationen rechnergestützt aufbereiten, mit adäquaten Methoden auswerten und problemlösungsorientiert interpretieren.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- notwendige Maßnahmen und/oder Entscheidungen zur Planung und Durchführung eines Marktforschungsprojektes kritisch diskutieren und fachbezogene Positionen für die gewählten Erhebungs- und Auswertungsmethoden beziehen.
- Sekundär- wie Primärinformationen kritisch interpretieren und auch präsentieren.
- mit Fachvertretern Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen in der Marktforschung austauschen, insbesondere um Marktforschungsaufträge aus dem operativen Geschäft auszulagern.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	50
Seminar	60
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	100
Workload Gesamt	210

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Präsentation	30	6. Semester	30%	3
Klausur	150	6. Semester	70%	

Modulverantwortlicher

Dr. Nils Fröhlich

E-Mail: froehlich@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

Skript, Arbeitsblätter

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Rößler, I.; Ungerer, A.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Berlin
- Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P.: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Wiesbaden
- Hatzinger, R.; Nagel, H.: SPSS Statistics. Statistische Methoden und Fallbeispiele, München

Vertiefende Literatur

- Akremi, L.; Baur, N.; Fromm, S.: Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene 1, Wiesbaden
- Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (Hrsg.): Stichproben-Verfahren in der Umfrageforschung, Wiesbaden
- Bortz, J.; Schuster, C.: Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler, Berlin
- Bühner, M.: Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, München
- Fantapié Altobelli, C.: Marktforschung. Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, Wien
- Grabmeier, J.; Hagl, S.: Statistik. Grundwissen und Formeln, München
- Häder, M.: Empirische Sozialforschung. Eine Einführung, Wiesbaden
- Kuckarzt, U.; Rädiker, S.; Ebert, T.; Schehl, J.: Statistik. Eine verständliche Einführung, Wiesbaden
- Kuß, A.; Eisend, M.: Marktforschung. Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, Wiesbaden
- Porst, R.: Fragebogen. Ein Arbeitsbuch, Wiesbaden

Digitalisierung im Mittelstand

Das Wahlpflichtmodul qualifiziert die Studierenden für die Herausforderungen der Digitalisierung im Mittelstand. Hierzu werden sie zum einen für die Veränderungen der Geschäftsprozesse durch die Digitalisierung in kleinen und mittelständischen Unternehmen qualifiziert. Nach Abschluss des Moduls sind sie in der Lage die Entwicklung und Umsetzung einer nachhaltigen Digitalisierungsstrategie zu begleiten und zu moderieren, indem sie Design Thinking Methoden einzusetzen wissen und softwarebasierte Best Practices – insbesondere aus den Bereichen Personalwesen, Finanzwesen und Customer Relationship Management – kennen und adaptieren können.

Darüber hinaus werden die Studierenden für die Veränderungen der Kommunikationskultur durch digitale Medien qualifiziert. Nach Abschluss des Moduls sind sie in der Lage, Strategien des Digitalen Marketings und nachhaltige Konzeptionen zu entwickeln, für deren erfolgreiche Implementierung zu sorgen und ihre Bedeutung für die Wertschöpfung des Unternehmens durch überprüfbare Monitoring- und Controllingmaßnahmen zu belegen. Neben der konzeptionellen Kompetenz wird die Befähigung zur operativen Nutzung der Social Media Plattformen anwendungsorientiert vermittelt sowie die Sensibilität für eine fortwährende Optimierung von Websites und Apps auf Suchmaschinen und Usability sichergestellt.

Modulcode

4AM-DISHY-56

Modultyp

Wahlpflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Studienablaufplan

Semester 5 und 6

Dauer

2 Semester

Credits

7

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangübergreifend

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

keine

Voraussetzungen für die Teilnahme

4AM-SERV-34, 4AM-INREC-30, 4AM-UPO-40

Lerninhalte

- **Digitalisierung von Geschäftsprozessen**
 - **Zentrale Aspekte einer Digitalisierungsstrategie**
 - Digitale Transformation: Der Kunde im Mittelpunkt.
 - Kundendatenmanagement: Durch Daten über den Kunden lernen.
 - Digitalisierungsstrategie: Die Wettbewerbspositionierung „neu“ ausrichten.
 - Change Management: Sich des kulturellen Wandels im Unternehmen bewusst sein.
 - **Intelligentes ERP**
 - Automatisierung durch neue Technologien, bspw. durch Machine-Learning
 - Prädiktive Analyse
 - Digitale User Experience
 - Anwendungsfälle in Finanzen, Beschaffung, Projektmanagement, Vertrieb und Fertigung
 - **Software Support im CRM**
 - CRM- und Marketing-Übersicht (Einordnung der CRM-Lehrinhalte aus 4MW-LPKV-40)
 - Verkauf von Produkten
 - Verkauf und Ausführung von Dienstleistungen
 - Fakturierung, Preisfindung und Steuerung

- Organisation, Produkte, Geschäftspartner und Integration
- Cloud-Anwendungen für eine unterstützende Customer Experience
- **Software Support im Human Resources / Talent Management**
 - Digitales Talent Management
 - Big Data und Technologie
 - Herausforderungen: Datenschutz & Ethik
 - Moderne Konzepte digitaler Führung
 - Talent Management Software
 - Talent Management Best Practices mit SAP SuccessFactors
- **Software Support im Financials**
 - Einführung in SAP Business ByDesign
 - Accounting basiert auf Geschäftsprozessen
 - Grundlagen von SAP Business ByDesign Financials
 - Konfiguration und Stammdaten
- **Design Thinking anhand einer Challenge zur Prozessverbesserung**
 - Vertiefung des Design Thinking Prozesses
 - Design Thinking im IT Service Management
 - Fallstudie: Erarbeitung und Test einer Prozessverbesserung aus dem Bereich Human Resources, Finance, Customer Relation Management oder Logistik
- **Digitales Marketing**
 - **Grundlagen des Digitalen Marketing**
 - Entwicklungslinien und technische Grundlagen
 - Zielgruppendefinition und -ansprache
 - Entwicklung und Auswahl spezif. Leistungskennzahlen (Key Performance Indicators / KPI's)
 - Grundlagen und Bedeutung der Plattformökonomie
 - Einsatz von Tools zum Monitoring sowie zur Content Distribution
 - **Arbeitsumfeld Social Media**
 - Entwicklungsstand und Einsatzfelder von Social Media-Plattformen (z.B. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn)
 - Relevanz von Nischennetzwerken
 - Bedeutung des Content Marketings für die Positionierung und Profilbildung von Unternehmen
 - Grundlagen der Online PR
 - **Arbeitsfeld Suchmaschinenoptimierung (SEO)**
 - Technische Funktionsweise von Google
 - Indikatoren für die Performance von Websites on- und offpage
 - Pagespeed-Optimierung
 - Umgang mit Content Management Systemen (CMS) am Beispiel von Wordpress
 - **Arbeitsfeld Mobile Marketing**
 - Einsatzmöglichkeiten von Apps und AMPs
 - Chancen und Risiken des Einsatzes von Chat- und Messengerbots
 - Entwicklung von mobile Apps
 - **Arbeitsfeld Paid Advertising**
 - Real Time-Bidding
 - Social Media Advertising am Beispiel von Facebook-Ads
 - Google Adwords und weitere SSPs
 - Chancen und Möglichkeiten der Website-Monetarisierung

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- das Potential von neuen Technologien für unternehmensinterne Geschäftsprozesse
- die Herausforderungen beim Einsatz von neuen Technologien im Unternehmen
- ausgewählte Softwareplattformen für den Einsatz im Personalwesen, Finanzwesen, Customer Relationship Management
- die Veränderung der Kommunikationskultur durch digitale Medien und über ihre Auswirkungen auf die Unternehmenskommunikation
- die Handlungsfelder sowie Chancen und Risiken von digitalen Medien im Unternehmenskontext
- die wichtigsten Plattformen und Werkzeuge der digitalen Kommunikation und ihre Einsatzmöglichkeiten – speziell für kleine und mittlere Unternehmen
- die strategischen und konzeptionellen Grundlagen eines nachhaltigen Digitalen Marketings (Strategie-Plattform; Implementierung, Wertschöpfung).

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- Design Thinking-Methoden zur Prozessverbesserung anzuwenden.
- konkrete Software-Lösungen zu den einzelnen Unternehmensgebieten anzuwenden.
- die Einflüsse bei der Einführung neuer Technologien aufzuzeigen.
- umfassende Social Media Strategie zu erarbeiten.
- Werbeanzeigen (z.B. Facebook) zu erarbeiten und auszuwerten.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- bei der Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie mitarbeiten und dort wichtigen Input geben.
- Einsatzmöglichkeiten neuer Technologien im jeweiligen Unternehmenskontext bewerten.
- Chancen und Risiken einer Digitalisierungsstrategie identifizieren und bewerten.
- Methoden des Design Thinking einsetzen, um eine Digitalisierungsstrategie zu entwickeln bzw. Teile dieser Strategie umzusetzen.
- Einsatzmöglichkeiten sowie Chancen und Risiken von digitalen Medien im jeweiligen Unternehmenskontext bewerten.
- realistische Social Media Ziele (inklusive der Benennung relevanter KPI`s) festlegen und eine zielgruppenorientierte Social Media Strategie entwickeln.
- einen strategiekonformen und interaktionsorientierten Redaktionsplan erstellen (Content-Management), für dessen Umsetzung geeignete Social Media Plattformen auswählen und für ihre Vernetzung sorgen.
- im Hinblick auf die erfolgreiche Implementierung und Wertschöpfung eines Social Media Konzeptes relevante organisatorische, personelle und rechtliche Voraussetzungen beurteilen.
- das Krisenpotential im Social Web einschätzen und im Zuge des Krisenmanagements situationsadäquat reagieren.
- den Erfolg von Social Media Marketing Maßnahmen kontrollieren (Monitoring).

Methodische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage,

- auf Basis einer grundlegenden Analyse die Entwicklung und Umsetzung einer Digitalisierungsstrategie zu begleiten und zu moderieren.
- Das System „Unternehmen“ zu analysieren und zu beschreiben.

- Einfluss- und Änderungsfaktoren bei der Implementierung einer Digitalisierungsstrategie zu erkennen, zu bewerten und in den Kontext zum System „Unternehmen“ zu setzen.
- auf Basis einer Situationsanalyse (Unternehmen, Wettbewerb, Zielgruppe) ein nachhaltiges Social Media Konzept zu entwickeln, für dessen erfolgreiche Implementierung zu sorgen und dessen Wertschöpfung mittels Monitoring-Tools zu kontrollieren.
- das Social Media Konzept unter Berücksichtigung des Ansatzes der „Integrierten Kommunikation“ zu entwickeln.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- bei der Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie die wichtigen Aspekte zu erkennen und entsprechend zu kommunizieren.
- bei der Umsetzung der Digitalisierungsstrategie auf Änderungsfaktoren hinzuweisen und entsprechend zu kommunizieren.
- den Änderungsprozess zu begleiten und zu moderieren.
- die Veränderungen in der Kommunikation und Meinungsbildung im Social Web zu erkennen und ihre Auswirkungen für die Unternehmenskommunikation zu beurteilen.
- das Kommunikationspotenzial der relevantesten digitalen Medien einzuschätzen und für die Unternehmenskommunikation zu nutzen.
- im Social Web interaktions- und partizipationsorientiert zu kommunizieren.
- auf kritische Kommentare im Social Web situationsadäquat zu reagieren und Bewältigungsstrategien zu entwickeln.
- mit Experten (z.B. Social Media- oder Community Manager) zu kommunizieren und Entscheidungsempfehlungen für oder gegen einzelne digitale Medien umfassend und fundiert zu begründen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung	60
Seminar, Übungen	60
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	90
Workload Gesamt	210

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Klausur	90	5. Semester	50%	3
Mündliche Prüfung	30	6. Semester	50%	

Modulverantwortlicher

Dr. Nico Herzberg

E-Mail: automobilmanagement@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

Arbeitsblätter

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (*prüfungsrelevant*)

Digitalisierung von Geschäftsprozessen

- Herger, M.: Das Silicon Valley Mindset. Was wir vom Innovationsweltmeister lernen und mit unseren Stärken verbinden können, Kulmbach
- Rogers, D. L.: The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age, New York
- Westermann, G.; Bonnet, D.; McAfee, A.: Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation, Harvard Business Review Press
- Kollmann, T.; Schmidt, H.: Deutschland 4.0, Wiesbaden
- Dorst, W.: Industrie 4.0 – Die neue Rolle der IT, BITKOM

Digitales Marketing

- Ceyp, M.: Erfolgreiches Social Media Marketing. Konzepte, Maßnahmen, Praxisbeispiele, Wiesbaden
- Fischer, D.: Social Media Marketing und Strategien: Facebook, Twitter, XING & Co. erfolgreich nutzen, Berlin
- Lembke, G.: Social Media Marketing: Analyse, Strategie, Konzeption, Umsetzung, Berlin
- Weinberg, T.: Social Media Marketing – Strategien für Twitter, Facebook & Co., Köln

Vertiefende Literatur

Digitalisierung von Geschäftsprozessen

- Keese, C.: Silicon Germany: Wie wir die digitale Transformation schaffen, München
- Keese, C.: Silicon Valley: Was aus dem mächtigsten Tal der Welt auf uns zukommt, München
- Harari, Y.N.: Homo Deus: Eine Geschichte von Morgen, München
- Brynjolfsson, E.; McAfee A.: The Second Machine Age. Wie die nächste digitale Revolution unser aller Leben verändern wird, Kulmbach

- Schwab, K.: Die Vierte industrielle Revolution, München
- Galloway, S.: The Four - Die geheime DNA von Amazon, Apple, Facebook und Google, Kulmbach

Digitales Marketing

- Aßmann, S.; Röbbeln, S.: Social Media Marketing für Unternehmen. Das Praxisbuch für KMU, Bonn
- Beilharz, F.: Social Media Marketing im B2B, Köln
- Bernecker, M.; Beilharz, F.: Social Media Marketing. Strategien, Tipps und Tricks für die Praxis, Köln
- BITKOM (Hrsg.): Social Media in deutschen Unternehmen, Berlin
- BITKOM (Hrsg.): Leitfaden Social Media, Berlin
- BITKOM (Hrsg.): Soziale Netzwerke. Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet, Berlin
- Grabs, A.; Bannour, K.-P.; Vogl, E.: Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co., Bonn
- Pein, V.: Der Social Media Manager, Bonn
- Schwenke, T.: Social Media Marketing und Recht, Köln
- Zarrella, D.: Das Social Media Marketingbuch, Köln

Praxis 1

Das Studienziel besteht darin, während der Praxisphasen die Kenntnisse der vorangegangenen Theoriesemester durch wissenschaftlich aufbereitete und auf die Lehrinhalte abgestimmte Praxisthemen zu untersetzen. Hierbei lernen die Studierenden die Unternehmensprozesse kennen und vertiefen ihr Wissen an praktischen Themen im Konsens mit der Theorie.

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegende Kenntnisse, Verhaltensweisen und Arbeitstechniken des Unternehmens. Die Studierenden lernen das Produkt- und Dienstleistungsprogramm kennen. Darauf aufbauend wird mit der Vertiefung der Kenntnisse innerhalb der Unternehmensteilprozesse (beginnend im Werkstattbereich) begonnen.

Modulcode

4AM-PRAX1-12

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 1

Dauer

2 Semester

Credits

12

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Anwesenheitspflicht bei dem Praxispartner

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

keine

Lerninhalte

I. Kennenlernen des Ausbildungsbetriebes

- a) *Stellung / Rechtsform / Struktur des Ausbildungsbetriebes*
 - Rechtsform
 - Zielsetzung, Geschäftsfelder, Aktivitäten, Strategie
 - Zusammenarbeit mit Wirtschaftsorg., Berufsvertretungen, Gewerkschaften, Behörden
 - Wirtschaftliche Daten aus der Automobilbranche, Branchentrends
- b) *Betriebsorganisation*
 - Aufbauorganisation (Organigramme)
 - Ablauforganisation (Geschäftsprozesse)
- c) *Vertriebsbeziehungen*
 - Vertriebssystem der Herstellerorganisation
 - Händlerverträge, Vertriebsrichtlinien (GVO)
 - Allgemeine Geschäftsbedingungen
 - Kooperationsformen in der Automobilwirtschaft
- d) *Bürowirtschaftliche Abläufe*
 - Posteingang, Postverteilung, Postausgang
 - Ablagesysteme, Kundendatei, Registratur und Archivierung
 - betrieblicher Schriftverkehr (typische Formulare)
- e) *Produktpalette und Serviceleistungen*
 - Fahrzeugarten und -typen der eigenen Marken bzw. des Wettbewerbs
 - Dienstleistungsprogramm

- unternehmensspezifische und markttypische Sortimentspolitik
- f) *Charakteristik des Automobilmarktes*
 - Strukturierung des Automobilmarktes (Produkten/Dienstleistungen, Kunden-/ Zielgruppen ...)
 - Wettbewerbssituation zwischen mehreren Markenhändlern auf gleichem Markt (Intrabrand)
 - Wettbewerbssituation zwischen Unternehmen unterschiedlicher Marken mit gleichen Zielgruppen
- g) *Informations- und Kommunikationswege*
 - Überblick über angewandte Informations- und Kommunikationswege
 - Hersteller- und unternehmensspezifische Abkürzungen, Fachbegriffe und Nummernsysteme
 - Struktur der Dokumentenverwaltung
 - Fachliteratur, Dokumentationen und Handbüchern im Unternehmen
- h) *Servicegeschäft*
 - Verantwortungsbereiche im Service
 - Aktionsfelder eines marktorientierten Servicemanagements
 - Aufgabenfelder eines marktorientierten Servicemanagements
- i) *Datenverarbeitung*
 - betrieblichen DV-System (PartnerNet, ServiceNet, Dealer-Management-System, ...) und deren Verknüpfungen/ Schnittstellen
 - Möglichkeiten der Datenübertragungen
 - System- und Programmaktualisierungen
 - Datenschutz, Datensicherheit
 - Auswertung und Visualisierung verschiedener Daten (betriebs- und kundenspezifisch)

II. Werkstatt

- a) *Kraftfahrzeuge und deren Systeme*
 - Aufbau und Funktion der Hauptkomponenten und deren Integration im Gesamtsystem
 - Identifikation von Baugruppen (Kennzeichnung, Prüfbezeichnungen, sonstige Angaben)
- b) *Betriebliche und technische Kommunikation*
 - Bedeutung der Information, Kommunikation und Dokumentation für den wirtschaftlichen Betriebsablauf
 - Schnittstellen der Kommunikation mit anderen Funktionsbereichen
 - Montage- und Betriebsanleitungen, Kataloge, Schaltpläne und Funktionspläne
- c) *Werkstattorganisation*
 - Auftragsabwicklung im Werkstattbereich und deren Schnittstellen
 - Ressourcenermittlung für die Auftragsbearbeitung (Mitarbeiter, Teile, Betriebsmittel ...)
 - Arbeit im Team planen, Aufgaben aufteilen, Ergebnisse der Zusammenarbeit auswerten
 - Kraftfahrzeuge zur Kundenübergabe vorbereiten
- d) *Kundenkommunikation*
 - Kommunikationswege von der Fahrzeugannahme bis Fahrzeugübergabe
 - Kundenbeanstandungen (Beschwerdemöglichkeiten, Bearbeitung, Auswertung ...)
 - Kunden in die Bedienung von Kraftfahrzeugen und Systemen einweisen
- e) *Montieren und Demontieren*
 - einfache Bauteile, Baugruppen und Systeme nach Montageanleitung demontieren und montieren
 - Identifikation und Beschreibung von Teilekennzeichnungen und Ableitung von Verhaltensvorschriften

III. Verkauf und Disposition

- a) *Marketing*
 - Quellen zur Marktbeobachtung, Marktdaten
 - Zulassungsdaten und Betriebsvergleich
 - Kundenzufriedenheitsstudien, Kundenkontaktprogramme
 - Verkaufsförderungsmaßnahmen
 - Wettbewerbsrechtliche Vorschriften
 - Betriebs- und markttypische Sortimentspolitik

- Zusammenarbeit zwischen den Geschäftsfeldern Neuwagen, Gebrauchtwagen, Ersatzteile, Kundendienst

- b) *Einkauf und Beschaffung*
 - Beschaffungsmärkte/ Beschaffungsmarktforschung für Neu- und Gebrauchtwagen
 - Bestellsysteme für Fahrzeuge (Statusabfragen, Änderungsmöglichkeiten)
 - Dispositionen des Fahrzeugeinkaufs (Dokumentation von Kundenbestellungen, Statusabfrage, Änderungen in laufenden Bestellungen)
 - Aktualisierung der Internetangebote (Autoscout, Mobile, ...)
 - Jahresplanung für den Neu- und Gebrauchtwagenverkauf
 - Kundenneugewinnung

- c) *Fahrzeugverkauf*
 - Absatzmärkte
 - Angebote erstellen
 - Vorbereitung/ Teilnahme/ Nachbereitung von Verkaufsgesprächen
 - Zulassung/ Abmeldung von Kundenfahrzeugen
 - Daten zur Fahrzeugauslieferungsqualität bei Kunden erfragen und dokumentieren
 - Planung, Vorbereitung, Teilnahme und Auswertung von Probefahrten

Die Bearbeitung der **Projektarbeit** kann aus einem der o.g. Themengebiete am Gegenstand des Praxisunternehmens erfolgen. Die konkrete Themenstellung ist durch den Leiter des Studienganges zu bestätigen (Formblatt 4BA-F.212).

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen,

- die Ablauf- und Aufbauorganisation des Unternehmens.
- das Produktprogramm (Fahrzeugtypen, Merkmale...)
- das Service- bzw. Dienstleistungsprogramm.
- die Grundstruktur der verwendeten Kommunikations- und Informationssysteme.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- punktuell Aufgaben und Arbeitsabläufe in den Gesamtprozess einzuordnen.
- einfache Aufgaben mit Hilfe der vorhandenen EDV abzubilden.
- vorhandene Fahrzeug- sowie Serviceangebote in ihrer Spezifik zu erläutern.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- einfache Aufgaben analysieren und notwendige Strategien zur Lösung einsetzen.
- die im Unternehmen verwendeten Produktdokumentationen und Arbeitsanweisungen beurteilen und erforderliche Maßnahmen ableiten.
- die Auftragsbearbeitung innerhalb der Werkstatt und deren erforderliche Schnittstellen beschreiben und die dafür notwendigen Informationen bereitstellen.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können die vom Kunden bereitgestellten Informationen im Hinblick auf das zu lösende Problem für eine technische und organisatorische Bearbeitung aufbereiten. Dabei sind die Studierenden befähigt, zielorientiert verschiedenste Fachbereiche und -kompetenzen miteinander zu vereinen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Praxis	360
Workload Gesamt	360

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Projektarbeit	30	2. Praxissemester	100%	3

Modulverantwortlicher

Prof. Dr.-Ing. Torsten Olschewski

E-Mail: olschewski@ba-glauchau.de

Betreuer/Gutachter der Projektarbeit

Der Leiter des Studienganges ist für die Überprüfung und Festlegung der akademischen und betrieblichen Betreuer bzw. Gutachter des Praxismoduls (Projektarbeit) verantwortlich (§19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Mögliche Projekte

- Entwurf einer Unternehmensbroschüre (soweit noch nicht vorhanden)
- Kontinuierliche Verfolgung von Branchendaten mit entsprechender Aufbereitung (Marktanteil, Fahrzeugbestände, ...)
- Erstellung eines werbewirksamen Organigramms für den Kundenkontaktbereich
- Gestaltung eines Newsletters mit branchenbezogenen, regionalen und betriebsbezogenen News für alle Mitarbeiter im Ausbildungsbetrieb

Schulungen

- Teilnahme an der herstellergestützten Ausbildung der relevanten Produktpalette
- Selbststudium: Selbststudienprogramme - Multimedia-Programme
- Teilnahme an zugeschnittenen Betriebsschulungen

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur

- Produkt- und Dienstleistungsdokumentationen
- Softwaredokumentation

Praxis 2

Das Studienziel besteht darin, dass die Studierenden nach Abschluss des Moduls in die Lage versetzt werden, Fachkompetenz, die ganzheitlich durch Wissen und praktische Übertragbarkeit ausgeprägt ist, einzusetzen und zu nutzen. Darüber hinaus verstehen sie es, methodisch strukturiert an komplexen Aufgaben mitzuarbeiten und sich konstruktiv in unterschiedlichen Arbeitsgruppen zu beteiligen. Dazu werden die Studierenden befähigt, fachliche Lösungsalternativen zu bewerten und in geeigneter Form auf das aktuelle Problem anzuwenden.

Modulcode

4AM-PRAX2-34

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 3

Dauer

2 Semester

Credits

12

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangsspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Anwesenheitspflicht bei dem Praxispartner

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

4AM-PRAX1-12

Lerninhalte

II. Werkstatt

- f) *Warten, Prüfen und Einstellen von Fahrzeugen, Systemen u. Betriebseinrichtungen*
- mechanische, hydraulische, pneumatische sowie elektrische und elektronische Systeme im Fahrzeugen identifizieren
 - mechanische und elektrische/ elektronische Bauteile, Baugruppen und Systeme auf Funktionsfähigkeit prüfen - Fehlerspeicher auslesen
- g) *Messen und Prüfen*
- Verfahren und Messgeräte auswählen, Messfehler abschätzen
 - elektrische und elektronische Größen und Signale an einfachen Baugruppen und Systemen
 - physikalische Größen, insbesondere Drücke und Temperaturen
 - Funktionen von Sensoren und Aktoren (Signale)
- h) *Karosserie/Lack (nur inaktive Teilnahme)*
- Mitwirkung bei der Schadensaufnahme an Fahrzeugen
 - bei der Erstellung von Kostenvoranschlägen für Karosserie- und Lackarbeiten mitwirken
 - Karosserie-Rückverformungstechniken
 - Lackaufbaus bei Fahrzeugen
 - Lackierverfahren und Ablauf beim Lackieren
- i) *Kalkulation und Statistik*
- Kalkulationen zur Werkstattauslastung (z.B. Auswirkung verlängerter Öffnungszeiten)
 - Ermittlung von Stundenverrechnungssätzen
 - Preisunter- und -obergrenzen
 - Wirtschaftlichkeitsrechnungen (Make or Buy, z.B. bei Lack)
 - zeitwertgerechte Reparaturpreise anbieten (Erarbeitung von Festpreisangeboten)
 - Soll-Ist-Vergleiche, Zielerreichungsgrade

- Statistische Datenerhebung für Präsentationen

III. Verkauf und Disposition

- d) Betriebs- und Branchenkennzahlen
 - betriebswirtschaftliche Kennzahlen, Periodenvergleich (Umsatz, Bruttoertrag, Marge, DB)
 - innerbetriebliche Vergleiche (Darstellung der verkauften Fahrzeuge und des Deckungsbeitrages/Bruttoertrags je Fahrzeug je Verkäufer)
 - Kennzahlen in Form von Diagrammen
 - Verkaufsdaten erfassen, Bestandsstatistiken führen
- e) Kalkulation
 - Margensystem / Bonifizierung
 - Kalkulationsschema für den Neu- und Gebrauchtwagenbereich
 - Preisunter- und -obergrenzen ermitteln
 - Gebrauchtwagenbewertung
- f) Verkaufsorganisation (Assistenz des Verkaufsleiters)
 - Teilnahme an Verkäuferbesprechungen
 - Protokollierung & Verfolgung
 - Co-Moderation
 - Ermittlung und Auswertung von Verkaufskennzahlen mit den Verkäufern
- g) Fahrzeuge
 - technische Neuerungen → Nutzen für Kunden, Verkehr und Umwelt
 - Bewertung von Leistungs- und Produktmerkmalen im Hinblick auf Kundenansprüche
 - Preis-Leistungsverhältnis von Fahrzeugen
 - Aktualität und Pflege von Verkaufsunterlagen

IV. Lager, Teile und Zubehör

- a) Lagerwirtschaft
 - Lagerorganisation
 - Annahme von Lieferungen (Prüfung nach Art, Menge, Qualität, Mängel...)
 - Rechnungen und Lieferscheine (Vergleich Bestell- und Wareneingangsunterlagen)
 - Lagersteuerungssysteme (Korrektur von Bestellvorschlägen...)
 - Ware lagern, Warenbewegungen erfassen (Kommissionierung)
 - Inventur
- b) Einkauf und Beschaffung
 - Absatz- und Beschaffungsmärkte / Beschaffungsmarktforschung
 - Einkaufsmöglichkeiten für Zubehör, Reifen, Betriebs- und Hilfsstoffe → Lieferanten vergleichen
 - Bestellungen für Ersatzteile unter Beachtung von Konditionen, Bestellkosten und -fristen
 - Sortiment (Bevorratungssortiment): Analyse und Vorschläge zur Bestandsoptimierung
 - Wareneingangskontrolle, Rechnungsprüfung
- c) Kalkulation
 - Kalkulation von Abgabepreisen an Großabnehmer
 - Kalkulationsschema für den Zubehörbereich
- d) Vertrieb von Teilen und Zubehör
 - saisonale Einflüsse auf den Verkauf von Teilen und Zubehör
 - Bewerten von Leistungs- und Produktmerkmalen im Hinblick auf Hersteller und Kundenansprüche, Preis-Leistungsverhältnis vergleichen
 - Verkaufsgespräche mit Kunden
 - Reklamationsbearbeitung
 - Planung und Einführung eines Serviceangebotes
 - Gestaltung attraktiver Zubehörverkaufsstände
 - Vorschriften und Richtlinien für das Recycling von Ersatzteilen

V. Kundendienst

- j) Servicekernprozesse
- Terminvereinbarung
 - Terminvorbereitung
 - Annahme und Auftragserstellung
 - Auftragsbearbeitung
 - Qualitätskontrolle und Vorbereitung der Fahrzeugrückgabe
 - Fahrzeugrückgabe und Abrechnung
 - Qualitätssicherungsmaßnahmen (CRM)
 - Beschwerdemanagement
- k) Servicemanagement
- regionale Wettbewerber analysieren
 - Stärken- und Schwächenanalyse des Unternehmens (Qualifikation der Mitarbeiter, Serviceangebot, Kunden-/Fahrzeugstammdaten...)
 - Kundenbindungskonzepte entwickeln
 - Werbemittel einsetzen, Werbung/ Verkaufsförderung
 - wettbewerbsrechtliche Vorschriften
 - betriebs- und markttypische Sortimentspolitik
 - Umsetzung betrieblicher Marketingkonzepte
 - Zusammenarbeit zwischen den Geschäftsfeldern Neu- und Gebrauchtwagen, Ersatzteile, Kundendienst
 - Corporate Identity
- l) Betriebs- und Branchen Kennzahlen/ Kennzahlen im Kundendienst
- Kostenstellen, betriebswirtschaftliche Kennzahlen
 - Innerbetriebliche Vergleiche (z.B. Umsatz, Kundenzufriedenheit)
 - Kundendienstanalysen (Monatsmeldung, Service Analyse, ...) und Leistungskennzahlen (Produktivität, Leistungsgrad,...)
 - Händler-Image-Analyse und Telefonreport
 - Kennzahlen in Form von Diagrammen
- m) Serviceaktion - Fahrzeugüberwachung
- zielgruppenorientierte Kundenansprache zur periodisch technischen Fahrzeugüberwachung der Haupt- und Abgasuntersuchung (Selektion nach Fristen, Koordination der Termine)
 - Bedingungen zur allgemeinen Betriebserlaubnis (Sonderzubehör, Sonderein- und -umbauten)
- n) Fahrzeugvermietung (Werkstattersatzwagen)
- Preisobergrenzen für Werkstattersatzwagen
 - Fahrzeugausstattungsqualität
 - Abwicklung vor Kunde
 - Wirtschaftlichkeitsprüfung
 - Alternative Mobilitätsangebote
 - Standzeitermittlung und Kostenoptimierung

Die Bearbeitung der **Projektarbeit** kann aus einem der o.g. Themengebiete am Gegenstand des Praxisunternehmens erfolgen. Die konkrete Themenstellung ist durch den Leiter des Studienganges zu bestätigen (Formblatt 4BA-F.212).

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die Absatz- und Beschaffungsmärkte des Unternehmens bezogen auf das vorhandene Produkt- und Leistungsangebot.
- die angewandten Strategien der Lagerwirtschaft im Unternehmen.
- Vertriebsstrategien von Teilen und Zubehör.
- die Bedeutung einer zielgruppenorientierten Kundenansprache.
- die grundlegenden Phasen und Ziele des Marketings.

- die Absatzmärkte und regionalen Rahmenbedingungen für den Fahrzeugverkauf und die Fahrzeugvermietung.
- die Bedeutung eines aktiv geführten Beschwerdemanagements.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- die betrieblichen Abläufe der Beschaffung, Lagerung und den Vertrieb von Teilen und Zubehör zu erfassen und Maßnahmen bei Störungen zu entwickeln.
- Abgabepreise an Groß- und Einzelkunden entsprechend der Marktlage zu kalkulieren.
- Kennzahlen zu werten und erforderliche innerbetriebliche Korrekturen abzuleiten.
- Zielgruppen für ihr Produkt- und Serviceportfolio zu identifizieren und geeignete Marketingmaßnahmen abzuleiten.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- die Servicekernprozesse analysieren, Schwachstellen erkennen und Optimierungsmaßnahmen ableiten, die zur Steigerung der Kundenzufriedenheit beitragen.
- die für das Unternehmen identifizierten Zielgruppen mit angemessenen Produkt- und Dienstleistungsangeboten sensibilisieren und marktfähige Preise kalkulieren.
- im Rahmen wettbewerbsrechtlicher Vorschriften und der Zusammenarbeit unterschiedlicher Geschäftsbereiche gezielte Marketingaktionen planen und durchführen.
- die vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen im Hinblick auf ein betriebswirtschaftlich optimales Ergebnis aufeinander abstimmen. Sowohl die Betrachtung der Absatz- und Beschaffungsmärkte, die nutzbare Lagerkapazität sowie die finanziellen Möglichkeiten fließen in den Gesamtprozess ein.
- die vorhandenen EDV-Systeme effektiv als Unterstützung der Geschäftsprozesse einsetzen und die ungenutzten Potenziale der Systeme aktivieren.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- unterschiedliche Methoden (diskursive oder intuitive Ideenfindungsmethoden, Kreativitätsansätze) im Hinblick auf das zu lösende Problem anwenden und dabei zielorientiert verschiedenste Fachbereiche und -kompetenzen miteinander vereinen.
- mit Hilfe unterschiedlicher Ideenfindungsmethoden (Methode 635, Brain-Storming...), Fähigkeiten unterschiedlichster Charaktere bündeln.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Praxis	360
Workload Gesamt	360

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Projektarbeit		30	4. Praxissemester	50%	3
Mündliche Prüfung	30 - 45		5. Theoriesemester	50%	

Modulverantwortlicher

Prof. Dr.-Ing. Torsten Olschewski

E-Mail: olschewski@ba-glauchau.de

Betreuer/Gutachter der Projektarbeit

Der Leiter des Studienganges ist für die Überprüfung und Festlegung der akademischen und betrieblichen Betreuer bzw. Gutachter des Praxismoduls (Projektarbeit) verantwortlich (§19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

- Werkstattplanungs- u. -steuerungssysteme

Mögliche Projekte

- Vorbereitung und Organisation einer Aktion zum Reifenwechsel im Frühjahr/Herbst
- Durchführung von Marktanalysen für wettbewerbsgefährdete Teile (Verschleißteile) und Zubehör und Ableitung von Angeboten für die eigenen Kunden (unter Berücksichtigung der Service Offensive für Segmente II + III und Monatsangebote im Zubehör)
- Entwicklung eines Systems zur effizienten Teilevorbereitung bei Reparaturaufträgen
- Entwicklung von zielgruppenorientierten Serviceangeboten
- Analyse der Prozesse im Service und Ableitung von Verbesserungsvorschlägen (Effizienz und Kundenzufriedenheit erhöhen)
- Verbesserungsvorschläge für die Nutzung der Dialogannahme
- Erörterung von Möglichkeiten der Nutzung des Verkaufsraumes als Publikumsmagnet (z.B. die Bank, das Reisebüro, das Café im Autohaus)

Mögliche Schulungen

- Teilnahme an herstellergestützten Weiterbildungsmaßnahmen

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienaussage. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Produkt- und Dienstleistungsdokumentationen
- Softwaredokumentation

Praxis 3

Das Studienziel besteht darin, dass die Studierenden nach Abschluss des Moduls in der Lage sind, betriebswirtschaftliche, branchen- sowie firmenspezifische Erfahrungen unter Berücksichtigung sozialer Aspekte in die berufliche Tätigkeit zu integrieren, praxisbezogene Problemstellungen selbständig und zielorientiert unter Anwendung wissenschaftlicher und praktischer Erkenntnisse und Methoden zu bearbeiten. Die Studierenden sind befähigt, an Praxisaufgaben mit zunehmender Komplexität bezüglich technischer, betriebswirtschaftlicher, informatorischer und organisatorischer Strukturen, Zusammenhänge und Abläufe eigenständig mitzuwirken.

Modulcode

4AM-PRAX3-50

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 5

Dauer

1 Semester

Credits

6

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Anwesenheitspflicht bei dem Praxispartner

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

4AM-PRAX2-34

Lerninhalte

VI. Arbeits- und Umweltschutz im Service

a) Arbeitssicherheit

- Überwachung und Einhaltung der Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften
- mögliche Sicherheits- und Gesundheitsgefährdungen am Arbeitsplatz feststellen
- Maßnahmen zur Unfallverhütung im Bereich der Werkstatt und des Lagers
- Verhaltensweisen bei Unfällen
- Vorschriften des vorbeugenden Brandschutzes, Brandschutzbekämpfungsmaßnahmen

b) Umweltschutz

- mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb ermitteln
- Möglichkeiten des wirtschaftlichen und umweltschonenden Energie- und Materialeinsatzes
- Entsorgungskonzepte

VII. Verkauf

a) Finanzierung und Leasing

- Finanzierungsprogramme der Hersteller-Bank sowie anderen Finanzierungsinstituten (Anzahlung, effektiver Jahreszins, Laufzeiten, Tilgung)
- Vorteile von Finanzdienstleistungen für den Kunden und das Autohaus
- Finanzierungsverträge (Finanzierungsvergleiche erstellen)
- Leasingprogramme unterschiedlicher Anbieter (Anzahlung, Ratenhöhe, Laufzeit, Restwert und Kaufoption)
- Informationssysteme für Finanzierung und Leasing
- Inzahlungnahme von Gebrauchtfahrzeugen als Teil der Fahrzeugfinanzierung

b) Versicherungen

- Versicherungsangebot des Ausbildungsbetriebes

- Konditionen von Fahrzeugversicherungen
- Kundenberatung zur Risikoabdeckung durch Versicherungen
- Versicherungsanträge vorbereiten

c) Zusätzliche Garantieleistungen

- Merkmale von Neuwagenanschlussgarantien und Gebrauchtfahrzeuggarantien
- Garantieranträge vorbereiten
- Mobilitätsversicherung als Kundenbindungsinstrument

VIII. Qualitätsmanagement

- Prüfverfahren und Prüfmittel
- Prüf- und Wartungsfristen von Betriebs- /Prüfmitteln
- Verfahrensabläufe für Rückrufmaßnahmen bzw. Nachbesserungen
- Analyse der Ursachen von Fehlern und Mängeln im Arbeitsprozess
- Qualitätsmanagement nach der internationalen Norm ISO 9001
- Kommunikation von QM im Unternehmen

IX. Finanzen - Buchhaltung - Verwaltung

a) Kostenrechnung (abhängig von der Betriebsgröße)

- Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung des Betriebes (Kostenstellen)
- Voll- und Teilkostenrechnung, Mitwirkung bei der Planungsrechnung
- Funktion des Controllings (Informationsbeschaffung, -verarbeitung, -verteilung)

b) Buchführung

- Zweck und Aufbau der Buchhaltung
- Einsatz von Buchhaltungsprogrammen
- Branchenspezifischer Kontenplan
- Kontieren von Geschäftsvorgänge nach dem betrieblichen Kontenplan
- Zahlungseingänge, Zahlungsverkehr
- Betriebliches Mahnwesen (Vorschläge für Verbesserung des Mahnwesens, Ursachenforschung betreiben) → Kennen lernen der Creditreform und evtl. Inkassoabwicklung
- Kassenführung

c) Geschäftsbuchhaltung

- Erfolgsrechnung für einzelne Geschäftsfelder (DB I, II, III, Cash-Flow)
- Bilanzierung
- Monats- und Jahresabschluss
- Interne und externe Berichterstattung (Banken, Hersteller, Finanzamt)

X. Personalwesen

a) Personalwirtschaft allgemein

- Tarifliche Regelungen, arbeits- und sozialrechtliche Bestimmungen
- Entwicklung von leistungsbezogenen Entgeltsystemen, MA-Beteiligungen
- Arbeitszeitregelungen, Arbeitszeitmodelle, Öffnungszeiten
- Entgelte, Prämien, Provisionen

b) Personalplanung und Personalbeschaffung

- quantitative und qualitative Personalplanung im gewerblichen und kaufmännischen Bereich
- Personalauswahlverfahren (Vorauswahl von Bewerbern)
- Personaleinstellungsverfahren (Eignungstests, Beurteilungen, Bewerbergespräche, Einstellungsentscheidung)
- Einarbeitung des neuen Mitarbeiters (Konzept erarbeiten, Mentoring für Bewerber)

c) Personalführung

- Mitarbeitermotivation
- Maßnahmen zur Identifizierung der MA mit den Unternehmen und den Zielen
- Mitarbeitergespräche (Vorbereitung/Teilnahme)
- Organisation bzw. Verbesserung des betriebliches Vorschlagswesen

d) Ausbildung und Personalentwicklung

- Ausbildungsberufe
- Zusammenarbeit mit den Auszubildenden (z.B. in Projekten, beim Betriebsunterricht ...)

- Personalentwicklung (Schulungsbedarf definieren, Schulungsplanung erstellen, Erfolgskontrolle durchführen)
- e) Personalverwaltung
 - Lohn- und Gehaltsabrechnung
 - Führen von Personalakten und –statistiken (Urlaubsplanung)
 - Mitbestimmungs- und Mitwirkungsmöglichkeiten im Betrieb (ggf. Zusammenarbeit mit Betriebsrat)

Die Bearbeitung der **Projektarbeit** kann aus einem der o.g. Themengebiete am Gegenstand des Praxisunternehmens erfolgen. Die konkrete Themenstellung ist durch den Leiter des Studienganges zu bestätigen (Formblatt 4BA-F.212).

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die Inhalte und Bedingungen vorhandener Finanzierungs- und Leasingangebote.
- die für ein Unternehmen wichtigen Betriebs- und Branchenkennzahlen.
- den Zweck und Aufbau der Buchführung, des Mahnwesens und der Kassenführung.
- den Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung des Unternehmens.
- die tariflichen Regelungen, die arbeits- und sozialrechtliche Bestimmungen sowie das angewandte Entlohnungssystem.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- mit Kunden und Mitarbeitern, bezogen auf die Erfüllung einer Aufgabe umzugehen. Sie können situationsgerecht reagieren und notwendige Maßnahmen ableiten.
- mit Unternehmensdaten und Kennzahlen sicher umzugehen.
- Maßnahmen zu definieren mit denen die Ziele eines QM-Systems erreicht werden.
- bei der Planung, Akquisition und der Auswahl von Mitarbeitern mitzuwirken.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- die Unterlagen für eine Zertifizierung nach ISO 9001 erstellen und präsentieren.
- den betrieblichen Zahlungsverkehr verfolgen, die rechtlichen und organisatorischen Besonderheiten beachten und auf Veränderungen reagieren.
- die Kosten- und Leistungsrechnung anwenden.
- die Aufgaben des Controllings wahrnehmen, um auf Schwachstellen und Abweichungen zu den Sollvorgaben zu reagieren.
- ein flexibles und leistungsbezogenes Entlohnungssystem für alle Bereiche entwickeln und notwendige Optimierungen (z.B. Arbeitszeitsystem, Prozessgestaltung...) ableiten.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- Fähigkeiten und Fertigkeiten der Mitarbeiter erkennen und in den Gesamtprozess integrieren. Durch intrinsische und extrinsische Motivationsvorschläge fördern Sie die Identifizierung mit dem Unternehmen und leisten damit einen großen Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg.
- auf Beschwerden reagieren und angemessene Lösungsvorschläge unterbreiten.
- Aufgaben delegieren, Mitarbeiter motivieren und führen.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Praxis	180
Workload Gesamt	180

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Projektarbeit	20	5. Praxissemester	100%	2

Modulverantwortlicher

Prof. Dr.-Ing. Torsten Olschewski

E-Mail: olschewski@ba-glauchau.de

Betreuer/Gutachter der Projektarbeit

Der Leiter des Studienganges ist für die Überprüfung und Festlegung der akademischen und betrieblichen Betreuer bzw. Gutachter des Praxismoduls (Projektarbeit) verantwortlich (§19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

- Werkstattplanungs- und Steuerungssysteme

Mögliche Projekte

- Reparaturfinanzierung: Wettbewerbsvergleich, Kundenanalyse, Angebotserstellung
- Vermarktung von Car Life+ und Life-Time-Garantie über alle Kostenstellen
- Konzeption eines internen Management-Berichtssystems (z.B. zur Prävention von Liquiditätsengpässen) → Schema eines täglichen Crash-/Liquiditätsmanagements
- Entwicklung eines abteilungsübergreifenden Systems zur Sammlung wichtiger Kundendaten
- Planung/ Gestaltung/ Weiterentwicklung eines individuellen Internet-Auftritts
- Entwicklung eines Modells zur leistungsabhängigen Vergütung im Werkstattbereich / Verkauf
- Entwicklung und Umsetzung eines betrieblichen Verbesserungswesens
- Konzeption eines Mitarbeiterwettbewerbs (z.B. zur Neukunden Akquise)

Literatur

Empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe. Die prüfungsrelevanten Kapitel bzw. Auszüge der unten genannten Literatur werden durch die Dozenten präzisiert.

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Produkt- und Dienstleistungsdokumentationen
- Softwaredokumentation

Bachelor-Thesis

Das Ziel der Bachelorarbeit besteht darin, aus der betrieblichen Praxis heraus innerhalb einer vorgegebenen Frist eine branchenspezifische Problemstellung unter Anwendung des erworbenen theoretischen, methodischen und praxisbezogenen Fachwissens ziel- und ergebnisorientiert zu lösen und dies in einer wissenschaftlichen Arbeit (Bachelor-Thesis) logisch strukturiert und nachvollziehbar darzustellen. Die in den vorangegangenen Modulen erworbenen Kenntnisse werden in Abhängigkeit vom gewählten Thema der Bachelor-Thesis angewandt, vertieft und erweitert.

Die Studierenden stellen im Rahmen eines wissenschaftlichen Kolloquiums ein Exposé vor, das die Problemstellung, die Zielsetzung und die Vorgehensweise der Arbeit enthält. Die Ergebnisse der Bachelor-Thesis sind in einem wissenschaftlichen Vortrag vor einem Prüfungsausschuss zu präsentieren und zu verteidigen.

Modulcode

4AM-BTHES-60

Modultyp

Pflichtmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 6

Dauer

1 Semester

Credits

9

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangspezifisch

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Entsprechend §18 Abs. 1 der Prüfungsordnung (vgl. 4AM-B)

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

Keine

Lerninhalte

- Es wird auf die jeweiligen Ausbildungspläne der Studiengänge verwiesen.
- Organisation: - siehe Prüfungsordnung -
- Das Thema der Bachelorarbeit wird vom Betrieb gestellt und vom Prüfungsausschuss nach Überprüfung genehmigt. Das Thema gibt die Studienakademie an die Studierenden aus.

Didaktische Hinweise

- Für die Bearbeitung der Bachelorarbeit ist ein Projektplan zu erstellen und eine Projektverfolgung vorzunehmen.
- Zu den Beratungsgesprächen mit dem Betreuer sind vom Studierenden Unterlagen als Präsentationen (Projekt- und Arbeitsplan, Zwischenergebnisse, Abschlussergebnisse) vorzubereiten.

Lernergebnisse

Unter Berücksichtigung des Schwierigkeitsgrades der Aufgabenstellung und der Ausgangsposition des Kandidaten hinsichtlich seines Kenntnisstandes zum gestellten Problem sowie der Möglichkeiten und Anregungen, die ihm von betrieblicher Seite geboten wurden, ist zu beurteilen, inwieweit das gewonnene Ergebnis der Problemstellung gerecht wird. Hierzu ist das standardisierte Verfahren der Studienkommission Technik zur Erstellung des Gutachtens zu benutzen.

Kriterien der Bewertung:

Zur Bewertung der Bachelorarbeit wird auf die Prüfungsordnung Technik verwiesen. Dabei wird der von der Studienkommission Technik (SKT) verabschiedete Kriterienkatalog als Schema für das Gutachten verwendet. In die Beurteilung sind die Kriterien einzubeziehen, die sich auf die Methode der Bearbeitung und auf die gewonnenen Ergebnisse beziehen.

Dazu gehören:

- Fachliche Bearbeitung (unter Berücksichtigung des Schwierigkeitsgrads)
- Einsatz von Methoden und Werkzeugen
- Nutzung von Fachwissen
- Umsetzbarkeit des Ergebnisses
- Kreativität
- Wirtschaftliche Bewertung
- Systematisches Vorgehen
- Selbstständigkeit, Eigeninitiative
- Systematik
- Problemorientierte Darstellung
- Problemerkennung
- Dokumentation
- Literaturrecherche

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- komplexe fachliche Probleme in ihrem Beruf durch Anwendung wissenschaftlicher Methoden selbstständig lösen.
- den aktuellen Forschungsstand in ihrem Lerngebiet erschließen.
- ingenieurmäßige Arbeitstechniken und Arbeitswerkzeuge unter industriellen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten anwenden.
- in einer umfangreicheren wissenschaftlichen Arbeit das Problem und seinen Lösungsansatz/Lösung darstellen, einordnen und kritisch bewerten.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können

- in ihrer Arbeit Problemstellungen analysieren und alternative Problemlösungen bewerten.
- den Lernprozess selbstständig weiterführen und sich aktuelles Wissen aneignen. Sie können fachbezogene eigene Lösungen formulieren und argumentativ vertreten.
- als Mitglied einer Arbeitsgruppe in einem Unternehmen Projektverantwortung übernehmen.
- selbstständig wirtschaftsorientiert und ingenieurmäßig arbeiten.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Praxis	270
Workload Gesamt	270

Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der PL für Modulnote	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Bachelor-Thesis		50	6. Praxissemester	70%	20%
Verteidigung	45-60		6. Praxissemester	30%	

Modulverantwortlicher

Prof. Dr.-Ing. Torsten Olschewski

E-Mail: olschewski@ba-glauchau.de

Betreuer/Gutachter der Bachelor Thesis

Der Leiter des Studienganges ist unter Berücksichtigung des §20, Abs. 2 der Prüfungsordnung für die Festlegung der Betreuer und Gutachter der Bachelor Thesis verantwortlich.

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- In den jeweiligen Studiengängen der Akademien existieren Richtlinien zur Erstellung von Bachelorarbeit, die detaillierte Regelungen enthalten.

Einführung in wissenschaftliches Arbeiten

Das Studienziel besteht darin, dass die Studierenden nach Abschluss des Wahlmoduls in der Lage sind, unter Berücksichtigung der Grundwerte sowie der inhaltlich-formalen Ansprüche an eine konzeptionell wissenschaftliche Arbeitsweise, schriftliche Präsentationen bzw. Projektarbeiten in ihrem Fachgebiet termingerecht anzufertigen. Hierzu dient den Studierenden die zu erlangende Kompetenz im Selbst- und Zeitmanagement, die sie zu einer qualifizierten Planung, Koordination und kritischen Selbstanalyse ihres Arbeitsstils sowie des Umgangs mit der Zeit befähigt.

Modulcode

4AM-WISAR-10

Modultyp

Wahlmodul zum Studiengang

Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 2

Dauer

1 Semester

Credits

0

Verwendbarkeit des Moduls

Studiengangübergreifend

Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

keine

Lerninhalte

Konzeptionelles und wissenschaftliches Arbeiten

- Grundansprüche an ein konzeptionelles und wissenschaftliches Arbeiten
 - Grundwerte konzeptionellen und wissenschaftlichen Arbeitens
 - Formale Gestaltung
 - Grundstrukturierung und Gliederung
 - Literaturbearbeitung und Zitierweise
 - Stil und Sprache
 - Optische Aufbereitung der Ergebnisse
 - Verzeichnisse und Anhang
- Methoden zur Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit
 - Themensuche und Themenauswahl
 - Zeitplanung für ein fixiertes Thema/Projekt
 - Grundrecherchen
 - Stoffordnung und Arbeitsgliederung
 - Erstfassung - Überarbeitung - Reinschrift

Selbst- und Zeitmanagement

- Grundlagen des Selbst- und Zeitmanagements
 - Paradigmen des Selbst- und Zeitmanagements
 - Vorteile des Selbst- und Zeitmanagements
 - Individuelle Erfolgsfaktoren des Selbst- und Zeitmanagements
- Professionelle Zielsetzung und Wege zur Prioritätensetzung
 - Bedeutung von Zielen
 - Zielsetzungsprozess
 - Zielformulierung und Zielvereinbarung

- Grundsätze und Techniken der Prioritätensetzung
- Planung und Umsetzung von Projekt-/Arbeitsaufgaben
 - Planungsgrundsätze
 - Planungsmethoden
 - Von der Jahres- zur Tagesplanung
- Techniken eines effizienten und effektiven Arbeitens
 - Gesprächsführung: persönlich (Face-to-Face) und semipersönlich (Telefon)
 - E-Mail-Bearbeitung
 - Postkorb-Bearbeitung
 - Umgang mit Stress

Lernergebnisse

Kenntnisse

Die Studierenden kennen und verstehen

- die inhaltlichen und formalen Ansprüche an ein konzeptionelles und wissenschaftliches Arbeiten.
- die Bearbeitung und Auswertung von Sekundärquellen.
- die Anforderungen an eine wissenschafts- und fachadäquate Ausdrucksweise.
- die Zielstellung und Erfolgsfaktoren des Selbst- und Zeitmanagements.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage,

- komplexe Probleme und Aufgabenstellungen zu erfassen und hinsichtlich ihrer Bearbeitung und Lösung – unter Zuhilfenahme selbstrecherchierter Fachliteratur – zu strukturieren und zu gliedern.
- ein Problem, die Zielsetzung, die Vorgehensweise und die Ergebnisse eines Projektes prägnant darzustellen.
- den eigenen Arbeitsstil zu analysieren und dadurch zu einem effizienten und effektiven wissenschaftlichen Arbeiten zu gelangen.
- Methoden und Techniken der Ziel- und Prioritätensetzung zu verwenden sowie mit Arbeitsmitteln (z.B. Postkorb, E-Mail, Telefon) effizient umzugehen.

Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Die Studierenden können

- fachbezogene/-übergreifende Probleme und Aufgaben unter Berücksichtigung der Anforderungen an eine konzeptionelle und wissenschaftliche Arbeitsweise mittels geeigneter Methoden erfolgreich bearbeiten und schriftliche Präsentationen erstellen.
- ihre Arbeitseffizienz und -effektivität selbstkritisch analysieren und unter Anwendung adäquater Techniken des Selbst- und Zeitmanagements eigenverantwortlich und erfolgreich steigern.

Soziale Kompetenzen

Die Studierenden können Ausgangspunkte, Ziele, Vorgehensweise und Ergebnisse wissenschaftlicher Arbeiten bzw. Projekte kommunizieren.

Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload
Präsenzveranstaltungen	
Seminar	30
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	30
Workload Gesamt	60
Prüfungsleistungen (PL)	

Art der PL	Dauer (min)	Prüfungszeitraum	Gewichtung der Modulnote für Gesamtnote
Beleg			Zertifikat

Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Torsten Olschewski

E-Mail: olschewski@ba-glauchau.de

Lehrende

Der Leiter des Studienganges ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Moduls verantwortlich. Er legt die Lehrenden des jeweiligen Moduls und Matrikel fest (vgl. §19 SächsBAG).

Unterrichtssprache

Deutsch

Angebotsfrequenz

Jährlich

Medien / Arbeitsmaterialien

- Skript mit Lückentexten
 - für eigene Mitschriften
 - für gemeinsam erarbeitete Lehrinhalte

Literatur

empfohlen wird die Verwendung der jeweils aktuellen Medienausgabe

Basisliteratur (prüfungsrelevant)

- Bänisch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, Oldenbourg Verlag, Oldenbourg
- Hansen, K.: Zeit- und Selbstmanagement. Das professionelle 1x1, Cornelsen Verlag, Berlin
- Hoffmann, E.: Manage Dich selbst und nutze Deine Zeit!, W3L-Verlag, Witten
- o.V.: Hinweise zur Anfertigung von wissenschaftlichen Arbeiten der BA Glauchau
- Scheld, G. A.: Anleitung zur Anfertigung von Praktikums-, Seminar- und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten, Fachbibliothek Verlag

Vertiefende Literatur

- Beelich, K.-H./ Grotian, K.: Arbeiten und Lernen selbst managen. VDI-Karriere. Effektiver Einsatz von Methoden, Techniken und Checklisten für Ingenieure, Springer Verlag, Berlin
- Covey, S. R.: Der 8. Weg. Mit Effektivität zur wahren Größe, Gabal Verlag, Offenbach
- Covey, S. R.: Die 7 Wege zur Effektivität. Prinzipien für persönlichen und beruflichen Erfolg, Gabal Verlag, Offenbach
- Eco, U.: Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt, Gustav Fischer Verlag, Stuttgart
- Hansen, K.: Selbst- und Zeitmanagement im Wirtschaftsstudium. Effektiv planen, effizient arbeiten, Stress bewältigen, Cornelsen Verlag, Berlin
- Niederhauser, J.: Duden. Die schriftliche Arbeit, Brockhaus, Mannheim
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, Verlag Vahlen, München