

fördern • führen • inspirieren



Modulhandbuch

Course Catalogue

Digital Entrepreneurship (DEI)



WEIDEN BUSINESS SCHOOL

Department of Business Studies

Inhaltsverzeichnis:

1	Vorbemerkungen	3
2	Studienplan	4
3	Wahlpflichtmodule	5
3.1	Der Schwerpunkt MINT.....	6
3.2	Der Schwerpunkt Business.....	7
4	Anrechnungen	9
5	Modulbeschreibungen	10
5.1	Allgemeine Pflichtfächer	11
	Digitalisierung und digitale Gesellschaft.....	12
	Methoden der digitalen Produktentwicklung	14
	Innovationsmanagement, Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship und Transfer	16
	Entrepreneurship: Grundlagen und Cases zu Start-ups, Wachstum und Exits	18
	Start-up Valuation, Evaluation, Financing and Financial Modeling	20
	Verhandlungsführung und Moderation	22
	Digital Innovation Business Lab and Opportunity Workshop	24
	Masterarbeit/Capstone Projekt.....	27
5.2	Wahlpflichtmodule	29
	Business	30
	Arbeitsrecht	31
	Big Data Analytics	33
	Bilanzlehre/-technik.....	36
	Digital Leadership und Transformation	38
	Einführung in die BWL	40
	Innovationsschutz für Gründer	42
	Kosten- und Leistungsrechnung	44
	Marketing	46
	Markt- & Werbepsychologie	48
	Produktmanagement.....	50
	Recht im Kontext des Gründungsmanagement.....	52
	Technologie- und Innovationsmanagement.....	54
	Unternehmensethik.....	56
	Unternehmensgründung	58
	MINT	60
	E-Commerce Informationssysteme	61
	E-Commerce Recht und IT-Sicherheit.....	63
	Innovationsschutz für Gründer	65
	Konstruktion incl. CAD-Anwendung	67
	Life Cycle Engineering	69
	Recht im Kontext des Gründungsmanagement.....	71

1 Vorbemerkungen

Hinweis:

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

Aufbau des Studiums:

Das Studium umfasst eine Regelstudienzeit von 3 Semestern.

Anmeldeformalitäten:

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

Abkürzungen:

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

SWS = Semesterwochenstunden

Workload:

Einem Credit-Point wird ein Workload von 30 Stunden zu Grunde gelegt.

Anrechnung von Studienleistungen:

Bitte achten Sie auf entsprechende Antragsprozesse über das Studienbüro.

2 Studienplan

Curriculum

Nr.	Modulbereich	ECTS	Studiensemester		
			1	2	3
1	Modulbereich DIGI	30	25	5	
2	Digital Innovation BusinessLab and Opportunity Workshop	25	5	20	
3	Wahlpflichtmodule individueller Grundlagenbereich	15		5	10
4	Masterarbeit	20			20
	Summe	90	30	30	30

3 Wahlpflichtmodule

Der Modulbereich „**Wahlpflichtmodule individueller Grundlagenbereich**“ umfasst insgesamt 15 ECTS.

Sie müssen hierfür zwischen einem der beiden Schwerpunkte **Business** oder **MINT** wählen.

Zu jedem Schwerpunkt wird ein Fächerkatalog angeboten aus denen Sie die Module individuell wählen können. Die von Ihnen belegten Module müssen insgesamt einem Umfang von 15 ECTS entsprechen.

Die Auswahl der zu besuchenden Lehrveranstaltungen treffen die/der Studierende und die Studiengangsleitung des Masters „Digital Entrepreneurship“ gemeinsam. Die aufgeführten Lehrveranstaltungen werden von den Studierenden der verschiedenen Studiengänge und dem Master „Digital Entrepreneurship“ gemeinsam besucht.

Dieses Modulhandbuch beinhaltet die Modulbeschreibungen der jeweiligen Schwerpunkt-Module, welche an der Hochschule und im speziellen an der Fakultät WEBIS gelehrt werden.

Die Modulbeschreibungen der Schwerpunkt-Module welche aus Studiengängen anderer Fakultäten oder von der virtuellen Hochschule Bayern (VHB) stammen werden hier **nicht** aufgeführt. Sie finden diese in den Modulhandbüchern der jeweiligen Studiengänge oder auf Webseite der VHB.

3.1 Der Schwerpunkt MINT

Fächerkatalog mit Fokus auf Technologiefächer

Neben den an der Fakultät WEBIS angebotenen MINT Fächern können auch ausgewählte Kurse aus Studiengängen anderer Fakultäten anerkannt werden. Die Modulbeschreibungen der Kurse aus anderen Fakultäten finden Sie in den Modulhandbüchern des jeweiligen Studiengangs.

Fakultät	Studiengang	Modultitel	ECTS	Rhythmus
Weiden Business School (WEBIS)	Betriebswirtschaft (BW)	Agiles Projekt- & Prozessdatenmanagement	5	
		Integrierte Informationssysteme	5	
		Digital Data Management	5	SoSe
	Digital Business (DIB)	E-Commerce Informationssysteme	5	WiSe
		E-Commerce Recht und IT-Sicherheit	5	SoSe
		Multi-Channel-Management	5	SoSe
	International Management and Sustainability (IMS)	International Strategic Management	5	
Digital Business (DB)	Digital Marketing & Sales	5		
Elektrotechnik, Medien und Informatik (EMI)	IT und Automation	Cybersicherheit	5	WiSe
	Elektro- und Informationstechnik	Werkstofftechnik	3	WiSe
		Konstruktion	3	Jährlich
Maschinenbau und Umwelttechnik (MB/ UT)	Bio- und Umweltverfahren	Informatik I	2	WiSe/SoSe
		Konstruktion & CAD	5	SoSe
Wirtschaftsingenieurwesen und Gesundheit (WIG)	Wirtschaftsingenieurwesen	- Informationssysteme und Datenbanken	5	SoSe
	Interkulturelles Unternehmens- und Technologiemanagement	- Life Cycle Engineering	5	jährlich

3.2 Der Schwerpunkt Business

Fächerkatalog mit Fokus auf Betriebswirtschaft / Entrepreneurship

Neben den an der Fakultät WEBIS angebotenen Business Fächern können auch ausgewählte Kurse aus Studiengängen anderer Fakultäten anerkannt werden. Die Modulbeschreibungen finden Sie in den Modulhandbüchern des jeweiligen Studiengangs.

Fakultät	Studiengang	Modultitel	ECTS	Rhythmus
Weiden Business School (WEBIS)	Betriebswirtschaft (BW)	Arbeitsrecht	5	
		Agiles Projekt- & Prozessdatenmanagement	5	
		Bilanzlehre/ technik	5	
		Digital Data Management	5	
		Einführung in die BWL	5	
		Integrierte Informationssysteme		
		Kosten- und Leistungsrechnung	5	
		Marketing	5	
		Unternehmensethik	5	
		Unternehmensgründung	5	
	Digital Business (DIB)	Multi-Channel-Management	5	SoSe
	Angewandte Wirtschaftspsychologie (WP)	Markt- und Webepsychologie	5	SoSe
	International Management and Sustainability (IMS)	International Strategic Management	5	
	Digital Business (DB)	Big Data, Data Analytics & Knowledge Discovery	5	WiSe
		Digital Marketing & Sales	5	
		Produktmanagement	5	
		Digital Leadership and Transformation	5	WiSe
		Produktmanagement	5	SoSe
	Internationales Technologiemanagement (TM)	Technologie- und Innovationsmanagement	5	SoSe

Neben den an der Hochschule angebotenen **Business** Modulen können auch ausgewählte Kurse der Virtuellen Hochschule Bayern (vhb.org) anerkannt werden. Die Modulbeschreibungen finden Sie auf der Webseite der Virtuellen Hochschule Bayern.

Anrechenbare VHB-Module für den Schwerpunkt Business	ECTS	Rhythmus
Businessplan Erstellung: Fallbeispiele	3	WiSe/SoSe
Unternehmerisch handeln - Unternehmensplanspiel	3	WiSe/SoSe
Einführung in die Betriebswirtschaft für Ingenieure	3	WiSe/SoSe
Marketing und Controlling	3	WiSe/SoSe
Buchführung und Bilanzierung	3	WiSe/SoSe
Grundlagen des Controllings mit Anwendungen	3	WiSe/SoSe

Neben den an der Hochschule angebotenen **Business** Modulen können auch ausgewählte Kurse der Virtuellen Hochschule Bayern (vhb.org) anerkannt werden. Die Modulbeschreibungen finden Sie auf der Webseite der Virtuellen Hochschule Bayern.

Anrechenbare VHB-Module für den Schwerpunkt Business & MINT	ECTS	Rhythmus
Business Intelligence und Reporting	3	WiSe/SoSe
Digitales Wissensmanagement	3	WiSe/SoSe
Einführung in das Online-Marketing	3	WiSe/SoSe
Einführung in das Personalmanagement	3	WiSe/SoSe
Grundlagen und Anwendungsbereiche des Electronic Commerce	3	WiSe/SoSe
Einführung in die unternehmerische Zukunftsforschung	3	WiSe/SoSe
Web-Programming	3	WiSe/SoSe

<https://www.vhb.org/>

Informationen zur Anrechnung der vhb Kurse finden Sie im nächsten Kapitel.

4 Anrechnungen

Prinzipiell können bereits mit Erfolg abgelegte Leistungen (ggf. auch Praktikum) anerkannt werden - auch aus einem bereits abgeschlossenen Erststudium. Dazu ist nach der Immatrikulation an der OTH ein entsprechender Antrag mit einer offiziellen Notenbestätigung Ihrer bisherigen HS über das Studienbüro zu stellen. Anschließend prüfen die jeweiligen Dozenten, ob die bereits abgelegten Fächer inhaltlich und bzgl. Umfang (Credit Points bzw. Semesterwochenstunden) etc. den Anforderungen unserer Fächer entsprechen. Abhängig davon kann dann eine Anerkennung erfolgen oder nicht. Eine eigene Abschätzung ist Ihnen möglich, wenn Sie Ihre bisherigen Fächer mit den Beschreibungen im Modulhandbuch des jeweiligen OTH-Studiengangs vergleichen.

Da die Antragsbearbeitung erfahrungsgemäß durchaus einige Wochen dauern kann, empfiehlt sich ggf. bei Fächern des 1. Semesters unmittelbar zu Semesterbeginn eine persönliche Vorab-Klärung mit den jeweiligen Dozenten (z.B. Sprechstunde), so dass Sie kurzfristig Klarheit haben, ob Sie die Vorlesung besuchen müssen oder nicht bzw. ob etwaige Leistungsnachweise noch zu erbringen sind. Bringen Sie dazu möglichst aussagekräftige Unterlagen (z.B. Modulhandbuch Ihrer bisherigen Hochschule) mit, welche den Vergleich ermöglichen (Auszüge auch Anlage zum Antrag).

Für Kurse die während des Studiums bei der vhb oder im Sprachenzentrum abgelegt werden, ist ein entsprechender Antrag auf Anrechnung zu stellen. Dieser kann im Primuss Portal heruntergeladen werden und zusammen mit entsprechenden Nachweisen beim Studienbüro und der Prüfungskommission eingereicht werden.

5 Modulbeschreibungen

5.1 Allgemeine Pflichtfächer

Digitalisierung und digitale Gesellschaft

Digitalisation and digital society

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	D1	Allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christian Schieder	Prof. Dr.Sc., Dr. Qeis Kamran, (Ph.D.), MBA-GM, MBA-PPM, EMBL-HSG, LL.M., M.Sc.

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Masterprogramm Digital Entrepreneurship. Hochschulweite Verwendbarkeit: - Anrechnung im studienbegleitenden Zertifikat „Grow4Digital“. - Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Forschungssimulation, Teamprojekte, forschendes Lernen	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 30 h ca. 60 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden erhalten einen Überblick über grundlegende Themen, Theorien & Hintergründe der digitalen Transformation als gesellschaftliches Phänomen. Sie lernen die Grundzüge der gesellschaftlichen Auswirkungen der Digitalisierung, deren wichtigste Anwendungsfelder sowie Kerntechnologien und Rahmenbedingungen kennen.
- **Methodenkompetenz:** Studierende sind in der Lage die Auswirkungen der Digitalisierung auf verschiedene gesellschaftliche Teilbereiche zu argumentieren.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Studierende sind in der Lage, Techniken, Methoden und Phänomene der Digitalisierung auch mit Blick auf deren Auswirkung für die individuelle Lebensgestaltung einzuordnen und zu bewerten und sich ergebende Chancen zu nutzen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Globale Auswirkungen der Digitalisierung auf Bildung und Wissenschaft (Forschung und Lehre), Wirtschaft, Mobilität / Verkehr / Logistik, Legal Tech / Fin Tech / InsurTech, Politik / Verwaltung / eGovernment, Medien, Kultur, Medizin und Gesundheit, Alltag und Freizeit.
- Wesentliche technologische Innovationen der Digitalisierung: Cloud (other peoples' computers), Big Data (Gold des 21. Jahrhunderts?), Internet-of-Things, Industrie 4.0, Cyber-Physical Systems, Künstliche Intelligenz (Autonome Agenten, Machine Learning,

Data Science), Digitale Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellinnovation (Plattform-Ökonomie, Canvas Modelle, Design Thinking).

- Untersuchung und Analyse des aktuellen Forschungsstandes in einem digitalisierungsrelevanten Themengebiet mit geeigneten Forschungsmethoden. Kennenlernen der Forschungsmethode "systematischer Literaturreview".

Internationalität (inhaltlich):

- Die Digitalisierung ist ein globales Phänomen und muss im internationalen Kontext betrachtet werden. Insbesondere die Entwicklung im Silicon Valley und in China stehen daher im Rahmen der Veranstaltung immer wieder im Mittelpunkt der kritischen Reflexion.
- Die Veranstaltung kann bei Bedarf in englischer Sprache angeboten werden.
- Literatur und Beispiele sind vorwiegend in englischer Sprache.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Christensen, Clayton: The Innovators Dilemma. Vahlen, 2011.
- Christensen, Clayton: The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth, Harvard BusinessReview Press, 2013.
- Ries, Eric: The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Currency, 2017.
- Chesbrough, Henry: Open Innovation: The New Imperative for Creating And Profiting from Technology, Harvard BusinessReview Press, 2006.
- Osterwalder/Pigneur: BusinessModel Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, Wiley, 2010.
- Shapiro/Varian: Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy, Harvard BusinessReview Press, 1998.
- Evans/Schmalensee: Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms, Harvard BusinessReview Press, 2016
- Porter, M.E. and Heppelmann, J.E. (2014) How Smart, Connected Products Are Transforming Competition. Harvard BusinessReview, 92, 64-88.
- Porter, M.E. and Heppelmann, J.E. (2015) How Smart, Connected Products Are Transforming Company. Harvard BusinessReview, 93, 96-114.
- Normann, R. (2004) Reframing Business: When the Map Changes the Landscape. International Journal of Service Industry Management 15(1).
- Weitere Hinweise/Hilfen während der Veranstaltung.

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Präsentation	<ul style="list-style-type: none"> • Anfertigung einer wissenschaftlichen Publikation: Gewichtung: 40% • Peer-Review: Begutachtung von wissenschaftlichen Publikationen: Gewichtung 20% • Präsentation: Gewichtung: 40% <p>Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden</p>	<p>Über die Projektarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft, einschließlich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation. Das Modul kann nur bei Einhaltung der Pflichttermine bestanden werden.</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Methoden der digitalen Produktentwicklung

Digital product development

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	D2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden/Amberg	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Hermann Raab	Tobias Walbert

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Das Modul kann nur bei Einhaltung der Pflichttermine bestanden werden.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Masterprogramm Digital Entrepreneurship. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechnung im studienbegleitenden Zertifikat „Grow4Digital“. Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Teamprojekte, Rollenspiele	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden sind in der Lage, mit Methoden wie Design Thinking und Lean UX iterativ Lösungen für eine Problemstellung zu generieren und zu evaluieren. Sie können aus einem Methodenset auswählen und an geeigneter Stelle Problemstellungen hinterfragen und analysieren. Sie können ihre Ideen in Prototypen umsetzen und diese mit ihren Nutzern testen und evaluieren.
- **Methodenkompetenz:** Die Studierenden sind befähigt, Methoden zu den geeigneten Phasen eines Innovations- und Produktentwicklungsprozesses zuzuordnen und anzuwenden
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Die Studierenden haben ein Mindset, das sie befähigt Problemstellungen zu erfassen und nutzerzentrierte Lösungen zu entwickeln. Im Fall einer eigenen Geschäftsidee oder Problemstellung konnten Sie ihr Verständnis für den Nutzer erweitern.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Studierende lernen in diesem Modul ein Methodenset aus Design Thinking & UX, kooperative Produktentwicklung in interdisziplinären Teams, Requirements Engineering, Qualitative Methoden (Interview, Beobachten etc.), Prototyping und Testing (Usability, UX)

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Hinweise/Hilfen während der Veranstaltung		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Präsentation	Schriftliche Ausarbeitung: Gewichtung: 60% Präsentation: Gewichtung: 40% Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden	Über die Präsentation werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft, einschließlich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Innovationsmanagement, Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship und Transfer

Innovation management, intrapreneurship, corporate entrepreneurship and transfer

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	D3	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Amberg / Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Hermann Raab	M. Sc. Alexander Herzner

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Das Modul kann nur bei Einhaltung der Pflichttermine bestanden werden.

Empfohlene Voraussetzungen:

Das Modul kann nur bei Einhaltung der Pflichttermine bestanden werden.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Masterprogramm Digital Entrepreneurship. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechnung im studienbegleitenden Zertifikat „Grow4Digital“. Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Teamprojekte, Fallstudien, Workshops.	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden sind in der Lage, neue Organisationsstrukturen zu generieren und zu evaluieren, um Intrapreneurship und Innovationen in Organisationen zu fördern. Sie können innerhalb bestehender Unternehmen eine nachhaltige Führung dieser Ziele installieren und evaluieren.
- **Methodenkompetenz:** Die Studierenden sind befähigt, Methoden zu den geeigneten Phasen eines Innovations- und Intrapreneurshipprozesses zuzuordnen und anzuwenden
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Die Studierenden haben ein Mindset, dass sie befähigt Problemstellungen zu erfassen und nutzerzentrierte Lösungen zu entwickeln. Im Fall einer eigenen Geschäftsidee oder Problemstellung konnten Sie ihr Verständnis für den Nutzer erweitern.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Studierende lernen in diesem Modul ein grundsätzliches Verständnis von Innovationen. Studierende lernen in diesem Modul innovationsförderliche Strukturen und Vorgehensweisen, die unternehmerisches Denken in Organisationen fördern

Internationalität (inhaltlich):

- Fallstudien von internationalen Organisationen

<ul style="list-style-type: none"> deutsche und englische Lehrmaterialien 		
Lehrmaterial und Literatur: Course Material and literature		
Hinweise/Hilfen während der Veranstaltung		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a) Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Präsentation	Schriftliche Ausarbeitung: Gewichtung: 60% Präsentation: Gewichtung: 40% Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden	Über die Präsentation werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft, einschließlich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Entrepreneurship: Grundlagen und Cases zu Start-ups, Wachstum und Exits

Entrepreneurship – principles and case studies for starting, growing and exiting new ventures

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	D4	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Amberg / Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Dr. Jens Löbus	Dr. Jens Löbus

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Das Modul kann nur bei Einhaltung der Pflichttermine bestanden werden.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Masterprogramm Digital Entrepreneurship. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechnung im studienbegleitenden Zertifikat „Grow4Digital“. Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, blended Learning, (Team-) Projekte, Fallstudien und Workshops	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden sind in der Lage unternehmerische Chancen und Potentiale zu evaluieren. Sie können sowohl erfolgreiche als auch gescheiterte Beispiel für Beginn, die weitere Entwicklung und das Ende einer Gründung zu analysieren. Sie können diese Fehlbeispiele mit Businessplänen testen und evaluieren.
- **Methodenkompetenz:** Die Studierenden sind befähigt, Methoden zu den Grundlagen einer Unternehmensgründung und zu Businessplänen anzuwenden
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Die Studierenden haben ein Mindset, dass sie befähigt ihre Ideen zum Geschäftsmodell weiter zu entwickeln.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Grundlagen einer Unternehmensgründung
 - Strategie und Umweltanalyse
 - Aufbau und Entwicklung eines Geschäftsmodells
 - Prüfung relevanter Rahmenbedingungen
 - Social und sustainable Entrepreneurship
- Internationalität (inhaltlich):

- Materialien sind auf Deutsch und Englisch
- Beispiele und Cases haben internationalen Bezug
- Bezug zu den internationalen Nachhaltigkeitszielen

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Hinweise/Hilfen während der Veranstaltung

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Präsentation	Schriftliche Ausarbeitung: Gewichtung: 60% Präsentation: Gewichtung: 40% Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden	Über die Präsentation werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft, einschließlich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Start-up Valuation, Evaluation, Financing and Financial Modeling

Start-up Valuation, Evaluation, Financing and Financial Modeling

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	D5	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Amberg / Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Hermann Raab	Klaus Dörrzapf

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Das Modul kann nur bei Einhaltung der Pflichttermine bestanden werden.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Masterprogramm Digital Entrepreneurship. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechnung im studienbegleitenden Zertifikat „Grow4Digital“. Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Teamprojekte, Rollenspiele	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

Fachkompetenz: Vermittlung von betriebswirtschaftlichen Kenntnissen zur o Aufstellung eines Finanzplans, einer Planbilanz und Plan-Gewinn- und Verlustrechnung als Teile des eigenen Business Plans o Wertbestimmung eines Unternehmens und zu o Möglichkeiten der Finanzierungen von Gründungen Vermittlung der Erfolgs- und Misserfolgskfaktoren für Gründung und Aufbau eines Unternehmens

Methodenkompetenz: Erstellung des eigenen Unternehmenskonzepts Erstellung einer integrierten Planungsrechnung (z.B. für einen Business Plan oder als Basis einer Unternehmensbewertung)

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Einschätzung von Chancen und Risiken einer eigenen Unternehmensgründung. Schaffung eines eigenen Bewusstseins für die Bedeutung unternehmerischen Handelns und welche Konsequenzen die eigene Existenzgründung mit sich bringt.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- der Mensch als Unternehmer – Bewusstsein der Bedeutung unternehmerischen Handelns • Business Plans – Aufbau, Anlässe der Erstellung
- Aufstellung eines Finanzplans, einer Planbilanz und Plan-Gewinn- und Verlustrechnung als Teile des eigenen Business Plans

- Unternehmensbewertungen und ihre Anlässe im Zusammenhang mit Ereignissen und Finanzierungsformen (bspw. Mezzanine Beteiligungen, Börsengang (IPO), Unternehmensnachfolge, Kreditverhandlungen)
- Einblick in Mergers und Acquisitions mit Bezug auf Start-ups, Investitionsplanung, Plan-GuV, Plan-Bilanz, Plan-Cashflow-/ Kapitalflussrechnung, Planungsrechnungen

Internationalität (inhaltlich):

Unternehmensbewertungen in einem internationalen Umfeld einer globalisierten Business-Landschaft

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Hinweise/Hilfen während der Veranstaltung

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Präsentation	Schriftliche Ausarbeitung: Gewichtung: 60% Präsentation: Gewichtung: 40% Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden	Über die Präsentation werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft, einschließlich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Verhandlungsführung und Moderation

Negotiations and moderation

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	D6	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Amberg / Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Hermann Raab	Cornelia Schäfer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Das Modul kann nur bei Einhaltung der Pflichttermine bestanden werden.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Masterprogramm Digital Entrepreneurship. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechnung im studienbegleitenden Zertifikat „GROW4DIGITAL“. Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Teamprojekte, Rollenspiele, Präsentationen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden erkennen die Bedeutung Ihrer Persönlichkeit für Unternehmensgründung und Geschäftserfolg, die Zusammenhänge von Persönlichkeiten in unterschiedlichen Kontexten und Wirkungen von Gruppendynamik, die Strukturen von erfolgreichen Gesprächen und Verhandlungen sowie die Grundlagen von Kunden- und Marktorientierung. Sie gewinnen Erkenntnisse zu Kommunikation und Sprache/Körpersprache sowie von Grundlagen von Moderation, Arbeiten und Führen im Team.
- **Methodenkompetenz:** Sie sind in der Lage z.B. methodische Kenntnisse der Gesprächsführung, Kommunikation und Konfliktlösung anzuwenden. Sie kennen und wenden an Methoden z. B. der Selbsteinschätzung, des Umgangs mit eigenen Stärken und Schwächen, des Selbstund Stressmanagements, der Work Life Balance, des Business Knigge, der Frustrationstoleranz.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Sie stärken Ihre Wahrnehmungs- und Reflexionsfähigkeit Sie stärken Ihre Präsentationsfähigkeit und Ihren persönlichen Auftritt Sie sind in der Lage Wirkung von Gruppendynamik zu erkennen und üben sich in Teamstrukturen

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Selbstreflexion

- Rollenspiele
- Präsentationen
- Diskussionen
- Gruppenarbeiten
- Lehrinhalte
- Literaturrecherchen

Internationalität (inhaltlich):

Erkennen von Unterschieden in Kulturdimensionen.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Hinweise/Hilfen während der Veranstaltung

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Präsentation	<ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Ausarbeitung: Gewichtung: 60% • Präsentation: Gewichtung: 40% <p>Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden</p>	Über die Präsentation werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft, einschließlich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Digital Innovation Business Lab and Opportunity Workshop

2.1 Opportunity Workshop

2.2 Digital Business Model Lab

2.3 Digital Product Development Lab

Digital Innovation Business Lab and Opportunity Workshop

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 25

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Amberg / Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
--	-----------------------------------

Prof. Dr. Hermann Raab

Cornelia Schäfer; Klaus Dörrzapf; M. Sc. Alexander Herzner; Prof. Dr. Hermann Raab; Tobias Walbert (DEI-M_OW)

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Teamprojekte, Rollenspiele, Präsentationen	Gesamtaufwand:	ca. 750 h
		Kontaktzeit:	ca. 90 h
		Selbststudium:	ca. 660 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

2.1 Opportunity Workshop

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden erkennen die Bedeutung Ihrer Persönlichkeit als Entrepreneur entweder für eine eigene Unternehmensgründung und deren Geschäftserfolg oder für eine Innovationsprojektaufgabe mit Bezug auf digitale Technologien innerhalb eines etablierten Unternehmens. Sie entwickeln mit Hilfe von Kreativitätstechniken ein problemlösendes Mindset und leiten eigene Gründungsideen oder Innovationsprojekte mit Hilfe von systematischen Analysen unternehmerischer Chancen ab. Sie bekommen bringen ihre Innovations- und Gründungsideen iterativ ein und unterziehen diese einer ersten Prüfung auf Tragfähigkeit.
- **Methodenkompetenz:** Sie sind in der Lage eigene Gründungsideen in folgenden beispielhaften Formaten zu entwickeln: Bar-Camp Ideenpitch
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Sie erkennen und entwickeln persönliche Voraussetzung für eine Persönlichkeit als Entrepreneur oder Intrapreneur.

2.2 Digital Business Model Lab

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden bearbeiten in interdisziplinär besetzten Teams eigene Gründungsideen oder Innovationsprojekte und unterziehen diese anwendungsbezogen einer selbstkritischen Reflektion Sie entwickeln die Idee und das Projekt zu einem möglichen Business Case und realisieren erste theoretische Prototypen.
- **Methodenkompetenz:** Sie sind in der Lage eigene Projektideen in folgenden beispielhaften Formaten weiterzuentwickeln: Hackathon Design Thinking Workshop Startup Factory
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Sie lernen Innovationsprojekte und Gründungsideen als Team zu entwickeln.

2.3 Digital Product Development Lab

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden bearbeiten in interdisziplinär besetzten Teams eigene Gründungsideen oder Innovationsprojekte und unterziehen diese anwendungsbezogen einer selbstkritischen Reflektion Sie entwickeln die Idee und das Projekt zu einem möglichen Business Case und realisieren erste theoretische Prototypen.
- **Methodenkompetenz:** Sie sind in der Lage eigene Projektideen in folgenden beispielhaften Formaten weiterzuentwickeln: Hackathon Design Thinking Workshop Startup Factory
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Sie lernen Innovationsprojekte und Gründungsideen als Team zu entwickeln.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

2.1 Opportunity Workshop

- Vorbereitung auf Teilnahme an Veranstaltungsformaten wie BarCamps und Ideenpitches
Internationalität (inhaltlich):
- Arbeiten und Führen im Team in einem internationalen Umfeld einer globalisierten Business-Landschaft

2.2 Digital Business Model Lab

- Teilnahme an Veranstaltungsformaten wie Hackathons, Design Thinking Workshops und Startup Factorys
Internationalität (inhaltlich):
- Arbeiten und Führen im Team in einem internationalen Umfeld einer globalisierten Business-Landschaft

2.3 Digital Product Development Lab

- Teilnahme an Veranstaltungsformaten wie Hackathons, Design Thinking Workshops und Startup Factorys
Internationalität (inhaltlich):
- Arbeiten und Führen im Team in einem internationalen Umfeld einer globalisierten Business-Landschaft

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Hinweise/Hilfen während der Veranstaltung

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1

Art/Umfang inkl. Gewichtung *2

Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen

Examination Method	Type/scope incl. Weighting	Learning outcomes / competences to be assessed
2.1: Projektarbeit	Projektarbeit: Jede Teilleistung muss für sich be-standen werden (mit mind. 4,0).	Über die Projektarbeit werden die gesamten Lernin-halte und Kompetenzprofile abgeprüft, einschließ-lich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.
2.2: Projektarbeit		
2.3: Projektarbeit	Alle Teilleistungen müssen im selben Semes-ter erbracht/bestanden werden	

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2)

Masterarbeit/Capstone Projekt

Master thesis/Capstone project

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	4	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 20

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Amberg / Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Ralf Krämer	NN

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Vgl. Studien-und Prüfungsordnung, Allgemeine Prüfungsordnung.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Hochschulweite Verwendbarkeit Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Masterarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 600 h
		Kontaktzeit:	ca. 0 h
		Selbststudium:	ca. 600 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden sind in der Lage, eine Fragestellung für Gründungen und Innovationsprojekte selbstständig innerhalb einer vereinbarten Frist theoretisch und methodisch fundiert sowie praxisbezogen zu bearbeiten.
- **Methodenkompetenz:** Die Studierenden sind zur Anwendung empirischer Forschungsmethoden, -ansätze und -instrumente befähigt. Sie sind in der Lage, themenrelevante Literatur zielgerichtet auszuwerten.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Die Studierenden können interdisziplinäre Bezüge fokussiert und begründet herstellen. Sie sind in der Lage, auf Grundlage bearbeiteter Themen Querbeziehungen zu anderen thematisch relevanten Fragestellungen herzustellen

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Selbständige wissenschaftlich-methodische Bearbeitung eines praxisrelevanten, abgrenzbaren (Teil-)Projektes in einem studien-gangbezogenen Umfeld und schriftliche Dokumentation in Form einer wissenschaftlichen Arbeit.

Internationalität (inhaltlich):

Die Masterarbeit kann nach Rücksprache mit dem/der Erstbetreuer/in bzw. Erstgutachter/in in englischer Sprache abgefasst werden.

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Keine Besonderen		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Masterarbeit	Vgl. SPO	Vgl. SPO

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

5.2 Wahlpflichtmodule

Business

Arbeitsrecht

Labour Law

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Ralf Krämer	Prof. Dr. Ralf Krämer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Ergänzt das Modul Personalmanagement Hochschulweite Verwendbarkeit Anrechenbar in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Digital Business (B) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Logistik und Digitalisierung (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, Fallstudien, Gastvorträge und Exkursionen	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 45 h ca. 0 h ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:**
Die Studierenden kennen die für einen Betriebswirt erforderlichen aktuellen arbeitsrechtlichen Vorschriften, insbesondere die des Individualrechts unter Berücksichtigung der Bezüge zum Sozialwirtschaftsrecht und erhalten einen Überblick über das kollektive Arbeitsrecht.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden können die erworbenen Kenntnisse auf unterschiedliche Fallgestaltungen anwenden. Sie erkennen die strukturellen Besonderheiten des Arbeitsrechts und sind in der Lage, Problemfälle auch unter veränderten rechtlichen Bedingungen zu lösen.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Teamverhalten und Selbstorganisation werden gesteigert.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content**

Inhalt:

- Grundzüge des Individualarbeitsrechts, insbesondere Abschluss des Arbeitsvertrages, Rechte und Pflichten von Arbeitnehmer/innen und Arbeitgeber/innen
- Beendigung des Arbeitsverhältnisses und Kündigungsschutz Wesentliche Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts, insbesondere des Betriebsverfassungs- und Tarifrechts

Internationalität (inhaltlich):
 Ausblick auf EU-Recht und ausländische Rechtsordnungen

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

Einschlägige Lehrbücher, Fallsammlungen, Kommentare und Fachzeitschriften

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Big Data Analytics

Big Data Analytics

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch/Englisch	1 Semester	nur Wintersemester	25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christian Schieder	Prof. Dr. Christian Schieder; Prof. Dr. Simon Preis

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Bitte kontaktieren Sie frühzeitig und vorab den Modulverantwortlichen, ob eine Teilnahme möglich ist.

- Grundkenntnisse zu Analytischen Informationssystemen oder vertiefte Excel-Kenntnisse
- Programmierkenntnisse erwünscht (z.B. Grundkenntnisse R oder Python)
- Grundkenntnisse zu (relationalen) Datenbanksystemen wären nützlich.

(Beachten Sie diese Kenntnisse werden NICHT im Rahmen dieser Veranstaltung vermittelt!)

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Masterprogramm Digital Business. Das Modul gibt einen vertieften Einblick in die Bedeutung von Data Analytics in den verschiedenen Funktionsbereichen eines Unternehmens.</p> <p>Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen: - Digital Business (M) - Digital Entrepreneurship (M) - Logistik und Digitalisierung (M) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen</p>	<p>Seminaristischer Unterricht in einem Blended Learning Setting kombiniert mit Fallstudien- und Projektarbeit, ggf. Exkursionen und Gastvorträge.</p>	<p>Gesamtaufwand:</p> <p>Kontaktzeit:</p> <p>Selbststudium:</p> <p>Leistungsnachweise:</p> <p>Prüfungsvorbereitung:</p>	<p>ca. 150 h</p> <p>ca. 60 h</p> <p>ca. 30 h</p> <p>ca. 60 h</p> <p>ca. 0 h</p>

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

Fachkompetenz:

- Daten als unternehmerische Ressource und quantitativen Methoden im Digitalisierungskontext verstehen und erklären können.
- Daten sammeln, analysieren, aufbereiten und verwenden (u.a. Process Mining, Machine Learning, Data Analytics, ...), Datenqualität managen
- Analysemethoden zur Entscheidungsfindung im digitalen Business anwenden können (u.a. RPA, BI, MES, ...).

Methodenkompetenz:

- Betriebswirtschaftliche Konzepte und Frameworks des Knowledge Discovery in verschiedenen Funktionsbereichen anwenden können (u.a. CRISP-DM, PPDAC, ...).
 - Einschlägige Tools zur Analyse und Darstellung von Daten kennen.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):
- Über Teamarbeit und Präsentationen persönliche Kompetenzen reflektieren können.
 - Die Herausforderungen der Durchführung von Datenanalyseprojekten und ihre Variation im Projektverlauf antizipieren können.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Datenmanagement-Aufgaben und -Funktionen
- Data Governance, operatives Datenmanagement und Technologien
- Management der Daten- und Informationsqualität
- Big Data Technologien (NoSQL-DBs, Cloud DBs)
- Data Engineering, Datenintegration
- Data Science & Machine Learning, Data und Process Mining
- Predictive Analytics, Data Analytics, Data Visualization
- Data-driven Decision Making und Robotic Process Automation

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Skript und ausgewählte Fachartikel
- Verschiedene Big Data Werkzeuge unterschiedlicher Hersteller
- Lehrmaterial wird über die Lernplattform zur Verfügung gestellt

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Modularbeit	<p>Die Modularbeit ist in 2 Teilen zu erbringen. Beide Teil sind jeweils zu 50% gewichtet.</p> <p>Teil 1: Daten Governance (Gewichtung 50%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausarbeitung eines Data Governance-Konzepts für einen Case (Gewichtung 25%). • Konzeption und Entwicklung eines Business-Glossars für den Case (Gewichtung 25%). • Analyse der Case-Datenqualität und Entwicklung von Handlungsempfehlungen (Gewichtung 25%). • Präsentation der Ergebnisse (Gewichtung 25%) am Ende der ersten Semesterhälfte. <p>Teil 2: Daten- und Prozessanalyse (Gewichtung 50%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Business Intelligence: Analyse und Visualisierung von (polystrukturierten, heterogenen) Daten zu einem vorgegebenen Analysesachverhalt (Gewichtung 25%). • Process Mining: Auswertung von Prozessdaten und Ableitung geeigneter Managemententscheidungen (Gewichtung 25%). • Projektmanagement: Durchführung der Analysen, Einsatz aktueller Methoden und Werkzeuge, Koordination der Teilaufgaben im interdisziplinären Team (Gewichtung 25%). 	<p>Über die Modularbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.</p>

	<ul style="list-style-type: none">• Pitch: Präsentation der Analyseergebnisse als Data Story (Gewichtung 25%).	
--	--	--

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Bilanzlehre/-technik

Balance Sheet Analysis and Techniques

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Hermann Raab	Klaus Dörrzapf

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Dieses Modul vermittelt auch Grundlagen für weitergehende Lehrveranstaltungen im Bereich Unternehmensbesteuerung durch die Integration von steuerlichem Grundwissen.</p> <p>Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Digital Business (B) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Logistik und Digitalisierung (B)</p> <p>Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.</p>	<p>Präsenzstudium mit ergänzenden Online-Lehrmaterialien einschl. interaktiven Lernfortschrittskontrollen bei der Virtuellen Hochschule Bayern (Kurs der VHB „Buchführung und Bilanzierung“ sowie Kurs der VHB „Bilanzierung nach Handelsrecht“)</p>	<p>Gesamtaufwand:</p> <p>Kontaktzeit:</p> <p>Selbststudium:</p> <p>Leistungsnachweise:</p> <p>Prüfungsvorbereitung:</p>	<p>ca. 150 h</p> <p>ca. 70 h</p> <p>ca. 50 h</p> <p>ca. 0 h</p> <p>ca. 30 h</p>

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:**
Basiswissen zur Buchungstechnik; Grundlagen der Bilanzierung und Jahresabschluss; Kenntnisse, Aufbau und Struktur eines Jahresabschlusses von Kapitalgesellschaften; Bilanzpolitische Grundkenntnisse und bilanzanalytisches Verständnis.
- **Methodenkompetenz:**
Zielorientierter Umgang mit bilanzpolitischen Instrumenten
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Entwicklung und Förderung unternehmerischen Denkens

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Grundlagen der Buchführung und Verbuchung der Geschäftsvorfälle
- Funktionen und Aufgaben von Jahresabschluss / Bilanzierung
- Rechtliche Grundlagen Jahresabschluss / Bilanzierung
- Basiselemente der Bilanzierung
- Bilanzierung und Bewertung
- Grundzüge der Bilanzpolitik und –analyse
- Lagebericht / Geschäftsbericht

Internationalität (inhaltlich):

Basiswissen der internationalen Rechnungslegung

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Lehrvideo, Folien, Kontrollfragen, Wiederholungsfragen.

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Digital Leadership und Transformation

Digital Leadership and Transformation

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch/Englisch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Dr. Elisa Weisman; Prof. Dr. Gabriele Murry

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Englisch B2+

Bitte kontaktieren Sie frühzeitig und vorab den Modulverantwortlichen, ob eine Teilnahme möglich ist.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen: - Digital Business (M) - Logistik und Digitalisierung (M) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, angeleitetes Selbststudium (für Softwaretraining)	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 70 h ca. 60 h ca. 0 h ca. 20 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Upon successful completion of the module, students will possess the following professional, methodological and personal competencies:

Professional competence:

- To implement the communication requirements and tasks in leadership positions
- To assess strategies and their characteristics in the digital market and the leadership standards as the basis of economic trade
- To apply leadership competencies

Methodological competence:

- Assembling teams, taking into account the required competencies
- Analyze and measure the performance of teams / performance management
- Leadership competencies in project teams and digital teams

Personal competence (social competence and self-competence):

- Reflecting on self-leadership and teamwork as opportunities for conflict

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Students learn to argue the impact of digitalization on the management of project teams and to apply methods and tools for the analysis, design, implementation and control of project teams in digital business. They learn to assess speed, adaptivity, user-centricity and flexibility as key drivers of a changed process management. You will learn to adopt new, dynamic and flexible ways of thinking as a contrast to traditional, planning-oriented project management in order to meet the requirements of very high innovation speed and the rapid changes in customer preferences.

- Leadership and connections to strategy, leadership concepts and communication
- Leadership in dynamic and uncertain times
- Initiation and control of behavioral and communication processes
- Communication as a leadership task
- Leadership systems and ethical rules

Internationality:

Primarily English course materials will be used.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Recommended Literature – Murry:

- Diverse aktuelle Artikel, wie in den Kursunterlagen angegeben (z.B. McKinsey & Company, Harvard Business Review, etc.).
- Thompson, L. L. (2015). Making the Team: A Guide for Managers. 5th Ed. Pearson Education Limited.

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	<p>Task 1 (Murry - IMS/DEI/LD & DB): Practical exercise work (group performance) Weighting: 30%.</p> <p>Task 2 (Murry - IMS/DEI/LD & DB): Critical questioning of the articles and concepts presented with discussion (individual performance) Weighting: 20%.</p> <p>Task 3 (N.N. - IMS/DB/DEI/LD): Group project as assigned (50%)</p> <p>Each sub-performance must be passed individually (with a minimum grade of 4.0). Each sub-performance must be passed and can only be presented 1 year at a time.</p>	<p>(Murry - IMS/DEI/LD & DB) The simulations and group projects are used to test the practical learning content and competence profiles, including teamwork and presentation skills.</p> <p>(Murry - IMS/DEI/LD/DB) The assessed discussion contributions serve to deepen the understanding of the material content.</p> <p>(N.N. - IMS/DB/DEI/LD) The group project assigned assesses all the competences to be learned.</p> <p>The entire learning content and competence profiles are tested via the written individual performance record.</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Einführung in die BWL

Introduction to Business Administration

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	200

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Pitzl	Prof. Dr. Christoph Pitzl

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

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

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Basiswissen und grundlegende Zusammenhänge der Betriebswirtschaft. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbarkeit gegeben in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Digital Business (B) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Logistik und Digitalisierung (B) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten, Übungen am PC	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 60 h ca. 0 h ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:**
Die wesentlichen betrieblichen Aktivitäten im Rahmen der Wertkette (nach Porter) einschätzen und einordnen zu können. Die Bedeutung der Wertkette als grundlegenden, betriebswirtschaftlichen Orientierungsrahmen zu verstehen und zu erklären.
- **Methodenkompetenz:**
Grundlegende betriebswirtschaftliche Methoden kennen und einschätzen zu lernen.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Die Veranstaltung wird von allen Professoren mit dem Ziel getragen, den Studierenden aus unterschiedlichen Perspektiven einen kompakten Einblick in die Betriebswirtschaftslehre zu geben.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Einführung in Steuern; Finanzen, RW/Controlling, Organisation/IT, Recht, Human Resource Management

- Einführung in Beschaffung, Produktion/Logistik, Marketing, Vertrieb

Internationalität (Inhaltlich):

Im Rahmen der Vorlesungsinhalte wird auch auf internationale Aspekte eines Unternehmens eingegangen.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript, Fallstudien Simulationsspiel

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 60 min	Gewichtung: 100% Hinweis: Die Klausur kann bis zu 100% aus MultipleChoice-Aufgaben bestehen.	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Innovationsschutz für Gründer

Protection of innovation for founders

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christian Stauf	Prof. Dr. Christian Stauf

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

keine

Empfohlene Voraussetzungen:

keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Universitätsweite Anwendbarkeit: Falls erforderlich, Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Lehrvideos, Gruppenprojekt, Projektarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 30 h
		Selbststudium:	ca. 120 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:**
Vermittlung von rechtlichen Kenntnissen zum Thema Innovationsschutz und Innovationsverantwortung, die zur Gründung und in der Anfangsphase eines Unternehmens von besonderer Bedeutung sind.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden sind in der Lage, rechtliche Fallstricke im Rahmen einer Gründung zu identifizieren und entsprechende Strategien zur Vermeidung und Lösung zu entwickeln.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Entwicklung und Förderung unternehmerischen Denkens einschließlich Einschätzung von rechtlicher Chancen/Risiken einer selbständigen Tätigkeit.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Die Veranstaltung gliedert sich in zwei Abschnitte:

1. Was ist Innovationsschutz und warum sollen wir es betreiben? Vor dem Hintergrund der stets mit zu reflektierenden ökonomischen und sozialen Rahmenbedingungen gibt die Veranstaltung einen Überblick über die rechtlichen und faktischen Instrumente zum Schutz von Innovationsleistungen (u. a. durch das Patentrecht), den Schutz der wirtschaftlichen Investition zur Bereitstellung von Information sowie den Schutz der kommerziellen Kommunikationsbeziehung zwischen Unternehmen und

Abnehmer (Kennzeichenrecht). Im Fokus stehen dabei stets die praktischen Herausforderungen des Innovationsschutzes für Start-ups.

- Der zweite Abschnitt verändert die Perspektive: Gefragt wird danach, wie das Recht vor den (ungewünschten) Folgen technischer Innovationen schützt. Anhand zahlreicher Beispiele gibt die Vorlesung einen Überblick über die verschiedenen Steuerungsmodelle im Recht. Der Schwerpunkt liegt in der Produktverantwortlichkeit. In diesem Zusammenhang wird die Gewährleistung von Produktsicherheit einerseits und die Haftung für Produktfehler andererseits behandelt. Das Ziel der Vorlesung besteht darin, insbesondere Gründer für die rechtlichen Voraussetzungen und Auswirkungen innovatorischer Tätigkeiten im Unternehmen zu sensibilisieren. Dadurch sollen sie befähigt werden, von Anfang an verantwortungsvolle Entscheidungen für ihr Start-up treffen zu können.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Götting (2020), Gewerblicher Rechtsschutz, 11. Auflage, C. H. Beck München.
- Stauf (2016), Ganzheitliches Intellectual Property Management im Unternehmen, Springer Gabler Wiesbaden.
- Hassemer (2015), Patentrecht mit Arbeitnehmererfindungsrecht, Gebrauchsmusterrecht, Sortenschutzrecht und Patentmanagement, Kohlhammer Stuttgart.
- Schädel (2020), Wirtschaftsrecht für High-Tech-Start-ups, Springer Gabler Wiesbaden.
- Haag (2021), KMU- und Start-up-Management – Strategische Aspekte operative Umsetzung und Best-Practice, Springer Gabler Wiesbaden.
- Beierle (2021), Die Produkthaftung im Zeitalter des Internet of Things: Analyse des ProdHaftG vor dem Hintergrund vernetzter und intelligenter Produkte, Nomos Baden-Baden.

Weiterführende Hinweise und Materialien werden über das Lernmanagementsystem „Moodle“ zur Verfügung gestellt. Eine Registrierung für den Kurs ist daher erforderlich.

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Lernportfolio	Gruppen- und Projektarbeit: <ul style="list-style-type: none"> 50% schriftliche Ausarbeitung (Teamlleistung) 50% Präsentation (individuelle Leistung) Die Präsentationen sind als Projektdokument einzureichen.	In den Projektarbeiten werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft, einschl. der Fähigkeit, die jeweiligen Inhalte zu analysieren, aufzubereiten und praktisch anzuwenden sowie der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Kosten- und Leistungsrechnung

Cost and Activity Accounting

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Hermann Raab	Klaus Dörrzapf; Prof. Dr. Hermann Raab

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundkenntnisse der Bilanzierung, Buchführung

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Voraussetzung für verschiedene Vertiefungsthemen, z.B. Controlling entlang der Wertschöpfungskette, Ausgewählte Einsatzfelder des Controllings, Unternehmensbewertung, Unternehmensbesteuerung. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Digital Business (B) - Logistik und Digitalisierung (B) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 45 h ca. 67 h ca. 0 h ca. 38 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- Fachkompetenz:**
 Beherrschung der Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung als Teilbereich des Betrieblichen Rechnungswesens. Kenntnis der Schnittstellen zu Informationsvorsystemen der Kosten- und Leistungsrechnung.
- Methodenkompetenz:**
 Beherrschung der wesentlichen Instrumente der KLR. Fähigkeit, diese aufgabengerecht bzw. problemspezifisch anzuwenden.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Diskursfähigkeit, Kooperationsfähigkeit in Anwendungsfällen, Reflexion der gelernten Inhalte auf die gesellschaftliche Verantwortung. Übungsaufgaben haben Praxisbezug und werden unter Anleitung teilweise selbst bearbeitet bzw. gelöst.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content****Inhalt:**

- Vertrautheit mit den Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Ziele, Aufgaben und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung als Teil des internen Rechnungswesens
- Kenntnis der Kostenartenrechnung, -einteilung, Erfassung, Systematisierung, Bewertung, Abgrenzung und Verrechnung der Kosten
- Fähigkeiten zur Gestaltung, Durchführung und Auswertung einer Kostenstellenrechnung. Bildung von Kostenstellen, Verrechnung von Kosten und Leistungen innerhalb des Unternehmens ☐ Kenntnis der Kostenträgerrechnung, Erfolgsrechnung und Kostenträgerstückrechnung
- Kenntnis der kurzfristigen Erfolgsrechnung und ihre Bedeutung für die ergebnisorientierte Steuerung des Unternehmens und seiner Teilbereiche
- Überblick über Kostenrechnungssysteme. Ist- und Plankostenrechnung, Voll- und Teilkostenrechnung
- Einblick in neue Verfahren und Tendenzen

Internationalität (inhaltlich):

Bezug zum internationalen Rechnungswesen wird hergestellt

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

- Friedl/Hofmann/Pedell: Kostenrechnung, Vahlen
- Ebert: Kosten- und Leistungsrechnung, Gabler
- Olfert: Kostenrechnung, Kompakt-Training, Kiehl
- Olfert: Kostenrechnung, Kompendium, Kiehl
- Weber, Schäffer: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel
- Wöhe: Einführung in die allgemeine BWL, und Übungsbuch, Vahlen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Marketing

Marketing

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmüller	Prof. Dr. Christoph Hachmüller

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

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

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Basis für alle marketingorientierten Fächer im weiteren Studienverlauf. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B.A.) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B.A.) - Digital Business (B.A.) - Logistik und Digitalisierung (B.Sc.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) - Digital Entrepreneurship (M.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 30 h ca. 0 h ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- Fachkompetenz:**
 Die Studierenden lernen die herausragende Bedeutung des Marketings für den Erfolg des Unternehmens einzuschätzen und erhalten die konzeptionelle Vorgehensweise, die das professionelle Marketing von Zufallsaktionen unterscheidet
- Methodenkompetenz:**
 Kombination der Theorie mit Praxisübungen anhand von mündlichen wie schriftlichen Fragestellungen zu den Themenbereichen
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Aufgaben lösen, Klausurvorbereitung in Gruppenarbeit

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Marketing-Evolution; Grundlagen und Grundbegriffe des Marketings
- Verständnis für Kunden entwickeln: Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen
- Märkte analysieren: Grundzüge der Marktforschung
- Ziele und Strategien der Marktbearbeitung
- Marketing-Maßnahmen gestalten: Produkt-, Kommunikations-, Preis- und Vertriebspolitik
- Marketing-Controlling
- Marketing im Unternehmen verankern: organisationale Aspekte

Internationalität (inhaltlich):

Marketing verfolgt die international relevanten Markenstrategien

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Die in der Lehrveranstaltung genutzten Materialien und Quellen werden über moodle zur Verfügung gestellt

Literaturempfehlungen:

- Meffert, Marketing, Springer Verlag, 2019
- Esch/Herrmann/Sattler, Marketing, 5. Auflage, Vahlen, 2017
- Homburg, Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Aufl., Springer Gabler, 2017
- Kotler/Armstrong/Harris/Piercy, Grundlagen des Marketings, 6. Aufl. Pearson, 2016

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Multiple-Choice Online-Klausur 90min	Das Multiple-Choice-Verfahren (MC) ist die einzige Prüfungsmethode, die es erlaubt, die Methodenkompetenz im Hinblick auf das Marketing zu prüfen, ohne dass die Prüflinge die Fragen umfassend schriftlich beantworten müssen. Im Gegensatz zu einem offenen Antwortformat können so deutlich mehr Fragen im Bereich der Methodenkompetenz beantwortet werden, was zu einer Erhöhung der Genauigkeit und Vergleichbarkeit der vermittelten Kompetenzen führt.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Markt- & Werbepsychologie

Market & Advertising Psychology

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	60

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christiane Hellbach	Prof. Dr. Anna Grimm; Prof. Dr. Christiane Hellbach

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

BA/BS/Diplom

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (M.A.) - Digital Entrepreneurship (M.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht / Übungen (u.a. Lehrgespräch, Gruppenarbeit, Workshops)	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- Fachkompetenz: Die Studierenden erlernen theoretische Konzepte (z.B. zu Selbst und Identität, Personenwahrnehmung, Attribution) in Bezug zu ihrem individuellen Verhalten im sozialen Kontext oder auch dem Verhalten von Gruppenmitgliedern (z.B. Hilfeverhalten und Aggression, Attraktion, Kooperation und Konkurrenz).
- Methodenkompetenz: Beurteilung und Anwendung grundlegender Instrumente.
- Sozialkompetenz: Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit, Empathie, Integrationsfähigkeit

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Inhalt:
- Wrap Up: Grundbegriffe der Sozial- und Werbepsychologie
 - Sozialpsychologie und Soziale Identität im Marketing (Social Identity Theory, Kognitive Dissonanz und mehr)
 - Aktuelle Theorien der Informationsverarbeitung durch Konsumenten (Kognitionspsychologische vs. Behavioristische Ansätze)
 - Affektive und kognitive Komponenten von Konsumententscheidungen: Theorien der Einstellungsänderung und ihre Anwendung in der Werbe-Praxis
 - Wandel der Medienlandschaft: Zur Psychologie (und Wirkungsmessung) von Social Media und weiteren Online Marketing Tools
 - Empirische Forschungsmethoden der Konsumpsychologie und Werbewirkungsforschung
 - Das Paradox mit der Nachhaltigkeit: Green Consumer Behaviour und Nachhaltigkeitsmarketing

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

- Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Jansson-Boyd, Cathrine; Zawisza, Magdalena (2016) Routledge International Handbook of Consumer Psychology. New York: Routledge.
- Kardes, Frank; Herr, Paul & Schwarz, Norbert (2019) Handbook of Research Methods in Consumer Psychology. New York: Routledge.
- Swoboda, Bernhard; Forscht, Thomas & Schramm-Klein, Hanna (2019). Handelsmanagement. München: Vahlen.
- Tiffert, Alexander (2019) Customer Experience Management. Wiesbaden. Gabler-Springer.
- Wänke, Michaela (2009) Social Psychology of Consumer Behaviour. London: Psychology Press.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Klausur über 90 Minuten (Einzelleistung), Gewichtung 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Produktmanagement

Product Management

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	20 - 25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Johann Strassl	Prof. Dr. Johann Strassl; Prof. Dr. Matthias Lederer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen: - Digital Business (M) - Digital Entrepreneurship (M) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Übungen	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 90 h ca. 0 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:**
 - Die Bedeutung des Produktmanagements im Zeitalter der Digitalisierung zu argumentieren.
 - Produkt-Management-Frameworks anzuwenden, mit dessen Hilfe sie smarte Produkte (digitalisierte Produkt-Service-Systeme) gestalten und entlang des Produktlebenszyklus steuern können.
 - Produktinnovationen systematisch zu managen (Trendanalyse, Ideenbewertung) und neue Produkte als eigenständige Geschäftsmodelle zu betrachten.
- **Methodenkompetenz:**
 - Methoden und Tools anzuwenden, um smarte Produkte agiler, insbesondere schneller, flexibler und kundenorientierter in den Markt zu bringen.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 - Teamorientiert an Fallstudien zu arbeiten sowie Ergebnisse zu präsentieren und zu kommunizieren.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Product Manager Role and Product Management Framework
- User and Market Segmentation
- Market and Competitive Analysis

- Value Proposition Design
- Business Case and Product Costing/Pricing
- Product Costing and Pricing
- Launching and In-life
- Product Marketing
- Product Performance Management, BSC and End of Life
- Product Portfolio Management, Product Strategy and Roadmaps

Internationalität (inhaltlich):

Es werden primär englische Veranstaltungsunterlagen verwendet. Bei Teilnahme von Studierenden, die nicht deutsch sprechen, werden alle Unterrichtsbestandteile in englischer Sprache durchgeführt.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Die Veranstaltung benötigt kein Buch. Es werden Artikel und ergänzende Literaturquellen zur Verfügung gestellt.

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Modularbeit	Aufgabe 1: Thesen-Papier (Einzelleistung, Gewichtung 40%) Aufgabe 2: Ergebnis-Präsentation (Gruppenleistung, Gewichtung 40%) Aufgabe 3: Reflexionspapier (Einzelleistung, Gewichtung 20%) Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden.	Aufgabe 1: Über diesen Leistungsnachweis wird das selbstständige Verstehen der Produktmanager-Rolle in der Praxis abgeprüft sowie die erforderliche Teamarbeit. Aufgabe 2: Über diesen Leistungsnachweis wird das selbstständige Anwenden einer Methode im Produktmanagement abgeprüft. Darüber hinaus werden auch Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation abgeprüft. Aufgabe 3: Anwendung der erlernten Methoden und der Praxiserkenntnisse und Transfer einer Methode in ein adäquates Lernformat.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Recht im Kontext des Gründungsmanagement

Law in the context of start-up management

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christian Stauf	Prof. Dr. Christian Stauf

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

keine

Empfohlene Voraussetzungen:

keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Universitätsweite Anwendbarkeit: Falls erforderlich, Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Lehrvideos, Gruppenprojekt, Projektarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 30 h
		Selbststudium:	ca. 120 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:**
Vermittlung von rechtlichen Kenntnissen, die zur Gründung und in der Anfangsphase eines Unternehmens von besonderer Bedeutung sind.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden sind in der Lage rechtliche Fallstricke im Rahmen einer Gründung zu identifizieren und entsprechende Strategien zur Vermeidung und Lösung zu entwickeln.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Entwicklung und Förderung unternehmerischen Denkens einschließlich Einschätzung rechtlicher Chancen/Risiken einer selbständigen Tätigkeit.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Gesellschaftstypen und Rechtsformwahl
- Merkmale, Stellvertretungs- und Haftungsregeln unterschiedlicher Rechtsformen
- Merkmale und Besonderheiten junger Unternehmen
- Gründungsprozess
- Gestaltung von Gesellschaftsverträgen

- KMU und Start-up Management
- Steuerrechtliche Fragen der Gründung

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Schädel (2020), Wirtschaftsrecht für Hightech-Start-ups, Springer Gabler Wiesbaden.
- Haag (2021), KMU- und Start-up-Management - Strategisches Aspekte, operative Umsetzung und Best-Practice, 2. Auflage, Springer Gabler Wiesbaden.
- Diehm (2017), Controlling in Start-up-Unternehmen - Praxisbuch für junge Unternehmen und Existenzgründungen, 2. Auflage, Springer Gabler Wiesbaden.
- Hahn (2013), Finanzierung und Besteuerung von Start-up-Unternehmen - Praxisbuch für erfolgreiche Gründer, Springer Gabler Wiesbaden.
- Eisenhardt/Wackerbarth (2015), Gesellschaftsrecht I, 16. Aufl., C.F. Müller.
- Beurskens (2010), Gesellschaftsrecht, 2. Aufl., Kohlhammer Kompass Recht.
- Windbichler (2017), Gesellschaftsrecht, 24. Aufl., C. H. Beck München.

Weiterführende Hinweise und Materialien werden über das Lernmanagementsystem „Moodle“ zur Verfügung gestellt. Eine Registrierung für den Kurs ist daher erforderlich.

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Lernportfolio	Gruppen- und Projektarbeit: <ul style="list-style-type: none"> • 50% schriftliche Ausarbeitung (Teamleistung) • 50% Präsentation (individuelle Leistung) Die Präsentationen sind als Projektdokument einzureichen.	

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Technologie- und Innovationsmanagement

Technology and Innovation Management

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
	NN

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Grundlagen im Projektmanagement

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

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Das Modul ist Teil der Modulgruppe "Vertiefung" im Bachelorstudiengang Internationales Technologiemanagement. Die Verwendbarkeit in anderen Studiengängen der Hochschule ist im Einzelfall zu prüfen.	Seminaristischer Unterricht mit Übungen; Seminar	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- Sie können die Verbindung zwischen ingenieurwissenschaftlichen und betriebswirtschaftlichen Grundlagen des Technologie- und Innovationsmanagements bei der Lösung von Aufgabenstellungen herstellen.
- Sie wenden Instrumente aus den Bereichen Controlling, Finanzen, Personal, Organisation sowie Projektmanagement im Innovationsprozess an. • Sie analysieren und bewerten Innovationssaufgaben auf strategischer und operativer Ebene und entwickeln geeignete Handlungsalternativen.
- Sie formulieren Lösungen für Innovationsaufgaben und begründen diese mittels logischer, schlüssiger Argumentation.
- Sie identifizieren und lösen Probleme im Rahmen des Innovationsprozesses.
- Sie sind in der Lage, kooperativ Teamprojekte zu planen und fristgemäß auszuführen.
- Sie sind in der Lage, effektiv zu kommunizieren und komplexe Informationen prägnant und umfassend sowohl schriftlich als auch mündlich kompetent auszudrücken.
- Sie sind in der Lage, Technologien und Innovationen ethisch zu bewerten und entsprechend reflektiert zu handeln.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Produktentstehungsprozess, Produktlebenszyklus, Technologiebewertung, Optionen und Grundstrategien, Instrumente zur Generierung und Weiterentwicklung innovativer Ideen, Organisation der Prozesse, Steuerung Innovationsprozesses, Innovationsförderung, Patente, Lizenzen, Joint Ventures, Zukunftsentwicklungen

Internationalität:

Die Inhalte besitzen allgemeine Gültigkeit auch im internationalen Kontext.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Keine Besonderen

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Keine	Schriftlich, mündlich: Gruppenarbeit mit mündlicher Präsentation jedes Gruppenmitglieds zu einer aktuellen Fragestellung des Technologie- und Innovationsmanagements (konkrete Themen werden in der ersten Veranstaltung vorgestellt). Die mündliche Präsentation hat einen Umfang von insgesamt 15 Minuten, das dazu zu erstellende und einzureichende Projektdokument zur Gruppenarbeit ca. 15 Seiten. In der Projektarbeit werden alle o. g. Kompetenzen geprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Unternehmensethik

Business Ethics

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Lisa Ranisch	Prof. Dr. Lisa Ranisch

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Als übergreifendes Thema für alle Studienrichtungen geeignet Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbarkeit gegeben in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Digital Business (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Digital Entrepreneurship (M) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Referaten, Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallstudien	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 50 h ca. 0 h ca. 40 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- Fachkompetenz:**
 Die Studierenden sind vertraut mit Positionen der Wirtschafts- und Unternehmensethik und können diese auf aktuelle ethische Probleme in Unternehmen anwenden. Sie verstehen die Bedeutung von Unternehmensverantwortung in der Wirtschaft und lernen, wie entsprechende Ansätze und Instrumente in der Praxis umgesetzt werden können.
- Methodenkompetenz:**
 Die Studierenden lernen Herausforderungen der Ethik im Kontext von Unternehmen zu erkennen und zu strukturieren sowie im Rahmen einer ethischen Entscheidungsfindung mögliche Lösungswege zu entwickeln. Sie sind befähigt, ethisch fundierte Argumente zu entwickeln und im Diskurs mit Anderen zu vertreten.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Im Rahmen der Veranstaltung werden persönliche Kompetenzen gefördert, die für das Arbeiten in Teams sowie die Präsentation eigenständiger erarbeiteter Inhalte notwendig sind, um Ethik in der Praxis zu stärken.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content****Inhalt:**

- Grundlagen der Ethik
- Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik
- Ethische Entscheidungsfindung in der Praxis
- Unternehmensethische Ansätze und Instrumente
- Compliance und Integrity Management
- Corporate Social Responsibility

Internationalität (inhaltlich):

Integration englischsprachiger Ansätze der Wirtschafts- und Unternehmensethik sowie Behandlung von internationalen Fallstudien

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

- Aaken, D./Schreck, P. (2015): Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik. Berlin: Suhrkamp.
- Aßländer (2011): Handbuch Wirtschaftsethik. Stuttgart: Metzler.
- Bleisch, B./Huppenbauer, M. (2011): Ethische Entscheidungsfindung – Ein Handbuch für die Praxis. Zürich: Versus.
- Crane, A./Matten, D. (2010): Business Ethics. Oxford: Oxford University Press.
- Göbel, E. (2014): Unternehmensführung und Moral. Konstanz: UVK.
- Herold, N. (2012): Einführung in die Wirtschaftsethik. Darmstadt: WBG.
- Maak, T./Ulrich, P. (2007): Integre Unternehmensführung – Ethisches Orientierungswissen für die Wirtschaftspraxis. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Gewichtung: <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Prüfung 70% • Präsentation 30% 	Über die Klausur werden die relevanten Inhalte und deren Anwendung abgeprüft. Über die Präsentation werden das Verständnis und die Aufbereitung der jeweiligen Inhalte sowie Team- und Präsentationskompetenzen abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Unternehmensgründung

Entrepreneurship

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W2	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	130

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Hermann Raab	M. Sc. Philipp Hermannsdörfer; Prof. Dr. Hermann Raab

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Abgeschlossenes 5. Fachsemester. Das Modul kann nur bei Einhaltung der Pflichttermine bestanden werden

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Grundlage für selbstständige Tätigkeit und komplette Anwendung betriebswirtschaftlicher Kenntnisse Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbarkeit gegeben in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Handels- und Dienstleistung (B) - Digital Business (B) - Logistik und Digitalisierung (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Digital Entrepreneurship (M) Ggf. Einzelprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 30 h ca. 120 h ca. 0 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:**
Vermittlung von betriebswirtschaftlichen Kenntnissen, die zur Gründung und in der Anfangsphase eines Unternehmens von besonderer Bedeutung sind
- **Methodenkompetenz:**
Erarbeitung eines Geschäftskonzeptes (Businessplan)
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Entwicklung und Förderung unternehmerischen Denkens einschließlich Einschätzung von Chancen/Risiken einer selbständigen Tätigkeit

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content**

- Möglichkeiten und Voraussetzungen für eine Unternehmensgründung
- Erstellung eines Business Plans (Geschäftskonzeptes)

Internationalität (inhaltlich):

Unternehmensgründungen bzw. Verwertung von Geschäftsideen im internationalen Umfeld einer globalisierten Business-Landschaft

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

Hinweise / Hilfen während der Veranstaltung

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	<p>Schriftliche Ausarbeitung Gewichtung: 60%</p> <p>Präsentation Gewichtung:40%</p> <p>Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden</p>	<p>Über die Projektarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

MINT

E-Commerce Informationssysteme

Applications of Artificial Intelligence

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W1	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	Sabine Kaiser

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundverständnis von E-Commerce-Geschäftsmodellen, -Strategien und -Prozessen, Grundlagen Wirtschaftsinformatik und /oder Informationsmanagement, allg. IT-Affinität (z.B. als reflektierter E-Commerce-Nutzer)

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil der Vertiefungsrichtung ECommerce-Management und bildet die Basis für eine weitere Spezialisierung auf technische Themen im Kontext.</p> <p>Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbarkeit gegeben in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Digital Business (B) - Digital Entrepreneurship (M)</p> <p>Ggf. Einzelprüfung in anderen Studiengängen</p>	Seminaristischer Unterricht	<p>Gesamtaufwand: ca. 150 h</p> <p>Kontaktzeit: ca. 60 h</p> <p>Selbststudium: ca. 60 h</p> <p>Leistungsnachweise: ca. 0 h</p> <p>Prüfungsvorbereitung: ca. 30 h</p>	

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- Fachkompetenz:**
Die Studierenden verstehen die verschiedenen technischen Aspekte von E-Commerce-Informationssystemen in Grundzügen und können Implementierungsaufgaben zu unterstützen.
- Methodenkompetenz:**
Die Studierenden können konzeptionelle und methodische Handlungsrahmen von E-Commerce Informationssystemen analysieren sowie ihre Potenziale einschätzen und bewerten.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Die Studierenden können als Mittler zwischen Technik und betrieblicher Anwendung fungieren und sich in die Rollen von Kunden und Betreibern von E-Shops hinein versetzen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content**

Inhalt:
Die Studenten erarbeiten und implementieren in Gruppenarbeit eine eigene E-Shop-Konzeption im Rahmen eines simulierten Projektszenarios. Sie vermarkten den Online-Shop mittels Banner Werbung und Social Media Marketing (Facebook, Instagram, LinkedIn, Xing).

- Domainauswahl und -registrierung, Webhosting und Installation eines Shopsystems
- Lesen der unterschiedlichen Programmiersprachen (Javascript, MySQL)
- Anmeldung bei einem Affiliate-Programm und Konzeption einer Affiliate-Seite für das zu bewerbende Nischenprodukt
- Netzwerken mit geeigneten Partnern im Affiliate Marketing
- Optimierung der Website mit Performance Marketing
- Konzeption und Schaltung von Social Media Marketing
- Monitoring und Erfolgskontrolle (u.a. mit Hilfe von Google Analytics, Facebook Analytics; Werbeanzeigemanager)

Internationalität (inhaltlich):

Unterrichtsmaterial teilweise Englisch, Analyse der Konzeption internationaler E-Shops

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

Veranstaltungsunterlagen, Fallstudien, themenspezifische Fachseiten im Internet Literatur, u. a.:

- Kollmann, Tobias: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy. 5. Auflage. Springer Gabler 2013.
- Kollwe, Tobias; Keukert, Michael: Praxiswissen E-Commerce: Das Handbuch für den erfolgreichen Online-Shop. O'Reilly Verlag 2014.
- Ingo Kamps: Performance Marketing – Der Wegweiser zu einem mess- und steuerbaren Marketing. Springer Gabler 2017
- Anne Grabs, Karim-Patrick Bannour, Elisabeth Vogel: Follow Me! Erfolgreiches Social Media Marketing. 5. Auflage. Rheinwerk Computing 2018.
- Hendrik Lennarz: Growth Hacking mit Strategie. Springer Gabler 2017

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Entwurf, Umsetzung und Präsentation einer E-ShopKonzeption. Gewichtung: 100%	Über die Projektarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

E-Commerce Recht und IT-Sicherheit

E-Commerce Law and IT-Security

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W1	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	Ahmed Alqatta; Dr. Martin Wintermeier

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen: - Digital Business (B) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Digital Entrepreneurship (M) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, computer-gestützte Praxisbeispiele und Übungen, Fallstudien, Selbststudium, Übungen	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 67 h ca. 0 h ca. 23 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

Teil 1: E-Commerce Recht

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden eignen sich im Rahmen der Vorlesung ein Grundlagenwissen zu internetrelevanten Rechtsgebieten und Rechtsnormen an. Dadurch werden die Studierenden insbesondere in die Lage gesetzt, rechtliche Problemfelder (z.B. Haftung von Webseitenbetreibern) selbstständig zu erkennen und einzuordnen.
- **Methodenkompetenz:** Die Studierenden erlernen Grundlagen der juristischen Methodenlehre. Hierdurch wird es für die Studierenden möglich, abstrakte Rechtsnormen selbstständig auf konkrete Fallbeispiele anzuwenden.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Die Arbeit mit juristischen Sachverhalten im Rahmen der Vorlesung wird sowohl die Fähigkeit des logischen Denkens fördern, als auch den sprachlichen Ausdruck und die lösungsorientierte Arbeit im Team schulen.

Teil 2: IT-Sicherheit

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden eignen sich im Rahmen der Vorlesung ein Grundlagenwissen zu IT-Sicherheit, insbesondere im Internet an. Die Studierenden kennen die Bedrohungen einzelner Rechner, Computernetzwerke und Webanwendungen und verstehen ausgewählte Konzepte zum Schutz selbiger.
- **Methodenkompetenz:** Die Studierenden kennen ausgewählte Basistechnologien, die in der Informationssicherheit eingesetzt werden, und wie diese in der Praxis verwendet werden.

- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Der Besuch der Veranstaltung erlaubt den Studierenden, die Notwendigkeit des Schutzes von IT-Systemen nachvollziehen zu können und erhöht damit das Bewusstsein (engl. „Awareness“) für IT-Sicherheit. Dies führt zu einem verbesserten eigenverantwortlichen Nutzen sicherheitsrelevanter Technologien.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Teil 1: E-Commerce-Recht

- Grundlagen des Gewerblichen Rechtsschutzes und Urheberrechts
- Vorschriften des für gewerbliche Internetangebote relevanten Verbraucherschutzrechts samt europarechtlicher Bezüge
- Grundzüge der für gewerbliche Webangebote relevanten Vorschriften des Datenschutzrechts 58

Teil 2: IT-Sicherheit

- Einführung und Grundbegriffe
- Grundlagen Computernetzwerke
- Bedrohungen und Schutzziele
- Basistechnologien
- System- und Anwendungssicherheit
- Standards, Normen und Zertifizierungen
- Ausblick: Cloud, Internet of Things, Industrie 4.0

Internationalität (inhaltlich):

Ausblick auf EU-Recht und z. T. ausländische Rechtsordnungen. Die Themen werden auch am Beispiel international agierender Unternehmen erarbeitet. Verwendung von englischsprachiger Literatur.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Teil 1: E-Commerce Recht:

Einschlägige Lehrbücher, Fallsammlungen, Kommentare und Fachzeitschriften

Teil 2: IT-Sicherheit:

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte Literatur, u. a.: • Eckert: IT-Sicherheit – Konzepte, Verfahren, Protokolle (2014) • Erickson: Hacking – The Art of Exploitation (2010) • Kurose/Ross: Computernetzwerke. Der Top

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Klausur E-Commerce Recht: <ul style="list-style-type: none"> • Art/Umfang: 45 min Gewichtung: 50% Klausur IT-Sicherheit: <ul style="list-style-type: none"> • Art/Umfang: 45 min Gewichtung: 50% Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0) und kann jeweils nur 1 Jahr vorgetragen werden. Einfache Kenntnisse auf unteren Wissensstufen können mittels MC-Test geprüft werden.	Über die Klausuren werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile (Teil E-Commerce-Recht und Teil IT-Sicherheit) abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Innovationsschutz für Gründer

Protection of Innovation for founders

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W1	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christian Stauf	Prof. Dr. Christian Stauf

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

keine

Empfohlene Voraussetzungen:

keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Universitätsweite Anwendbarkeit: Falls erforderlich, Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Lehrvideos, Gruppenprojekt, Projektarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 30 h
		Selbststudium:	ca. 120 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:**
Vermittlung von rechtlichen Kenntnissen zum Thema Innovationsschutz und Innovationsverantwortung, die zur Gründung und in der Anfangsphase eines Unternehmens von besonderer Bedeutung sind.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden sind in der Lage, rechtliche Fallstricke im Rahmen einer Gründung zu identifizieren und entsprechende Strategien zur Vermeidung und Lösung zu entwickeln.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Entwicklung und Förderung unternehmerischen Denkens einschließlich Einschätzung von rechtlicher Chancen/Risiken einer selbständigen Tätigkeit.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Die Veranstaltung gliedert sich in zwei Abschnitte:

1. Was ist Innovationsschutz und warum sollen wir es betreiben? Vor dem Hintergrund der stets mit zu reflektierenden ökonomischen und sozialen Rahmenbedingungen gibt die Veranstaltung einen Überblick über die rechtlichen und faktischen Instrumente zum Schutz von Innovationsleistungen (u. a. durch das Patentrecht), den Schutz der wirtschaftlichen Investition zur Bereitstellung von Information sowie den Schutz der kommerziellen Kommunikationsbeziehung zwischen Unternehmen und

Abnehmer (Kennzeichenrecht). Im Fokus stehen dabei stets die praktischen Herausforderungen des Innovationsschutzes für Start-ups.

- Der zweite Abschnitt verändert die Perspektive: Gefragt wird danach, wie das Recht vor den (ungewünschten) Folgen technischer Innovationen schützt. Anhand zahlreicher Beispiele gibt die Vorlesung einen Überblick über die verschiedenen Steuerungsmodelle im Recht. Der Schwerpunkt liegt in der Produktverantwortlichkeit. In diesem Zusammenhang wird die Gewährleistung von Produktsicherheit einerseits und die Haftung für Produktfehler andererseits behandelt. Das Ziel der Vorlesung besteht darin, insbesondere Gründer für die rechtlichen Voraussetzungen und Auswirkungen innovatorischer Tätigkeiten im Unternehmen zu sensibilisieren. Dadurch sollen sie befähigt werden, von Anfang an verantwortungsvolle Entscheidungen für ihr Start-up treffen zu können.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Götting (2020), Gewerblicher Rechtsschutz, 11. Auflage, C. H. Beck München.
- Stauf (2016), Ganzheitliches Intellectual Property Management im Unternehmen, Springer Gabler Wiesbaden.
- Hassemer (2015), Patentrecht mit Arbeitnehmererfindungsrecht, Gebrauchsmusterrecht, Sortenschutzrecht und Patentmanagement, Kohlhammer Stuttgart.
- Schädel (2020), Wirtschaftsrecht für High-Tech-Start-ups, Springer Gabler Wiesbaden.
- Haag (2021), KMU- und Start-up-Management – Strategische Aspekte operative Umsetzung und Best-Practice, Springer Gabler Wiesbaden.
- Beierle (2021), Die Produkthaftung im Zeitalter des Internet of Things: Analyse des ProdHaftG vor dem Hintergrund vernetzter und intelligenter Produkte, Nomos Baden-Baden.

Weiterführende Hinweise und Materialien werden über das Lernmanagementsystem „Moodle“ zur Verfügung gestellt. Eine Registrierung für den Kurs ist daher erforderlich.

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Lernportfolio	Gruppen- und Projektarbeit: <ul style="list-style-type: none"> 50% schriftliche Ausarbeitung (Teamleistung) 50% Präsentation (individuelle Leistung) Die Präsentationen sind als Projektdokument einzureichen.	In den Projektarbeiten werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft, einschl. der Fähigkeit, die jeweiligen Inhalte zu analysieren, aufzubereiten und praktisch anzuwenden sowie der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Konstruktion incl. CAD-Anwendung

Design and CAD

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W1	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
	Prof. Dr. Horst Rönnebeck

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

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

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Kann in folgenden Studiengängen angerechnet werden: - Bio- und Umweltverfahrenstechnik - Energietechnik, Energieeffizienz und Klimaschutz - Patentingenieurwesen	Seminaristischer Unterricht mit Übungen Ort: Amberg Max. Teilnehmerzahl:	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 90 h ca. 0 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- Fachkompetenz: Kenntnis der Normen des technischen Zeichnens. Verständnis der wichtigsten Regeln zum Gestalten technischer Produkte. Anwenden eines 3D-CAD-Programmes. Grundlegende Kenntnisse zum Auslegen von Maschinenelementen.
- Methodenkompetenz: Auslegen und entwickeln einfacher technischer Produkte unter Anwendung wichtiger Gestaltungsregeln und Regeln des technischen Zeichnens.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Technisches Zeichnen, Toleranzen, Passungen, Oberflächen, Normung. Gestaltungsregeln für Teile unter Berücksichtigung der Herstellung und der Werkstoffe, Entwicklungsmethodik; 3D-CAD, Grundlagen, Modellerstellung, Zeichnungsableitung. Kenntnisse von häufig verwendeten Normteilen wie z.B. Schrauben, Muttern, Dichtringe, Sicherungsringe, Passfedern, Wälzlager. Grundlagen der Auslegung von Maschinenelementen z.B.: Schraubenverbindungen, Welle-Nabe-Verbindungen, Lagerungen und Federn.

Internationalität:

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Keine Besonderen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur	Keine	120 min / Gewichtung 100 % Neben der Beantwortung von Grundlagenfragestellungen ist eine kleinere CAD-Aufgabe am PC zu behandeln. Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen: Fachkompetenz, Methodenkompetenz

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Life Cycle Engineering

Life Cycle Engineering

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W1	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	wechselnde Angebotssemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
	Prof. Dr.-Ing. Magnus Jaeger

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Studiengang Interkulturelles Unternehmens- und Technologiemanagement	: Seminaristischer Unterricht Ort: Weiden Max. Teilnehmerzahl: 30	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Die Teilnehmenden sind in der Lage Produkte in dem Lebenszyklus zu bewerten. Sie können Verfahren anwenden, um insbesondere Umwelteigenschaften – Nutzung von Ressourcen und auftretende Emissionen - den verschiedenen Phasen des Produktlebensweges zuzuordnen. Sie können komplexe Produkte/ Prozesse hinsichtlich Masse, Stoff sowie Energie zu bilanzieren. Sie sind in der Lage, Ziele und einen Untersuchungsrahmen festzulegen und Auswirkungen abzuschätzen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Energie als Rohstoff, Nutzen und Wirkungen beim Einsatz
- Endlichkeit von Energieträgern und Rohstoffen
- Methodik der Ökobilanz nach DIN ISO 14040 ff
- Umweltpolitische Instrumente und Anwendungen
- Vermeiden von Umweltproblemen bei der Produktentwicklung bevor das Produkt die Konstruktion verlassen hat
- Verbindung von rein ökologischer Sichtweise mit der technisch ökonomischen Darstellung
- Methode ganzheitliche Bilanzierung mit einem Fallbeispiel

Internationalität:

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Keine Besonderen		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Kolloquium	Keine	Vortrag (Gewichtung 40%) Schriftliche Ausarbeitung (Gewichtung 60%)

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Recht im Kontext des Gründungsmanagement

Law in the context of start-up management

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	W1	Wahlpflichtmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christian Stauf	Prof. Dr. Christian Stauf

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

keine

Empfohlene Voraussetzungen:

keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Universitätsweite Anwendbarkeit: Falls erforderlich, Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Lehrvideos, Gruppenprojekt, Projektarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 30 h
		Selbststudium:	ca. 120 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- **Fachkompetenz:**
Vermittlung von rechtlichen Kenntnissen, die zur Gründung und in der Anfangsphase eines Unternehmens von besonderer Bedeutung sind.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden sind in der Lage rechtliche Fallstricke im Rahmen einer Gründung zu identifizieren und entsprechende Strategien zur Vermeidung und Lösung zu entwickeln.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Entwicklung und Förderung unternehmerischen Denkens einschließlich Einschätzung rechtlicher Chancen/Risiken einer selbständigen Tätigkeit.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Gesellschaftstypen und Rechtsformwahl
- Merkmale, Stellvertretungs- und Haftungsregeln unterschiedlicher Rechtsformen
- Merkmale und Besonderheiten junger Unternehmen
- Gründungsprozess
- Gestaltung von Gesellschaftsverträgen

- KMU und Start-up Management
- Steuerrechtliche Fragen der Gründung

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Schädel (2020), Wirtschaftsrecht für Hightech-Start-ups, Springer Gabler Wiesbaden.
- Haag (2021), KMU- und Start-up-Management - Strategisches Aspekte, operative Umsetzung und Best-Practice, 2. Auflage, Springer Gabler Wiesbaden.
- Diehm (2017), Controlling in Start-up-Unternehmen - Praxisbuch für junge Unternehmen und Existenzgründungen, 2. Auflage, Springer Gabler Wiesbaden.
- Hahn (2013), Finanzierung und Besteuerung von Start-up-Unternehmen - Praxisbuch für erfolgreiche Gründer, Springer Gabler Wiesbaden.
- Eisenhardt/Wackerbarth (2015), Gesellschaftsrecht I, 16. Aufl., C.F. Müller.
- Beurskens (2010), Gesellschaftsrecht, 2. Aufl., Kohlhammer Kompass Recht.
- Windbichler (2017), Gesellschaftsrecht, 24. Aufl., C. H. Beck München.

Weiterführende Hinweise und Materialien werden über das Lernmanagementsystem „Moodle“ zur Verfügung gestellt. Eine Registrierung für den Kurs ist daher erforderlich.

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

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Lernportfolio	Gruppen- und Projektarbeit: <ul style="list-style-type: none"> • 50% schriftliche Ausarbeitung (Teamleistung) • 50% Präsentation (individuelle Leistung) Die Präsentationen sind als Projektdokument einzureichen.	

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.