



# Operations Management und Beschaffungsmarketing

## (deutschsprachig)

<b>Modul-Nr./ Code</b>	1.2  Dieses Modul wird sowohl deutsch- als auch englischsprachig angeboten. Für die englischsprachige Variante existiert eine eigene Modulbeschreibung. Eine Kombination verschiedensprachiger Teile in der Prüfung ist nicht zulässig.
<b>ECTS-Credits</b>	5
<b>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</b>	5 / 165
<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. T. Grabner, OM Prof. Dr. K.D. Lorenzen, BM
<b>Semester</b>	Zweites Fachsemester
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p><u>Fachkompetenz:</u> Ein wesentliches Ziel dieses Moduls ist die Vermittlung grundlegender Kenntnisse über die relevanten Fachbegriffe und über die Möglichkeiten zur Gestaltung der betrieblichen Wertschöpfungskette. Die Studierenden sollten am Ende dieses Moduls in der Lage sein, die Bedeutung der unterschiedlichen Teilbereiche der Wertschöpfungskette in einem Unternehmen bestimmen und Hinweise zur strukturierten Lösung betrieblicher Probleme geben zu können.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nutzung der Methoden und Verfahren aus der ABWL</li><li>▪ Anwendung genereller Managementtechniken wie z.B. Business Process Reengineering, Qualitätsmanagement (FMEA, QFD etc.), Prozessoptimierung, Just-in-Time, Kanban, etc.</li><li>▪ Förderung des vernetzten Denkens angesichts der Bindegliedfunktion im Rahmen internationaler Supply Chains.</li></ul> <p><u>Sozialkompetenz:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Förderung der Teamfähigkeit (Gemeinsame Aufgabenbearbeitung und Ergebnispräsentation)</li></ul> <p><u>Persönlichkeitskompetenz:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Steigerung der Lernfähigkeit und Lernbereitschaft zur Aneignung von neuem, zusätzlichem (Fach-) Wissen und zum Erlernen bzw. Verändern von Fertigkeiten und Handlungsweisen</li></ul>
<b>Inhalt des Moduls</b>	Weitergehende Informationen (z.B. Vorlesungsunterlagen, aktuelle Informationen, weiterführende Hinweise, ...) zu den Lehrveranstaltungen dieses Moduls finden Sie im eLearning-System (lms) der Fachhochschule. Suchen Sie dort bitte nach „SCOM“, da Kurse für die vom Institut für Supply Chain und Operations Management angebotenen Module mit diesen Buchstaben beginnen (also „SCOM Operations Management“ und „SCOM Beschaffungsmarketing“ usw.).

	<p><b>Operations Management</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Allgemeines</li> <li>2. Einführung in das Operations Management</li> <li>3. Produktentwicklung</li> <li>4. Prozessentwicklung</li> <li>5. Strukturentwicklung</li> <li>6. Planung und Steuerung des Betriebes</li> <li>7. Management-Philosophien - Lean Production</li> <li>8. Management-Philosophien - Total Quality Management</li> <li>9. Management-Philosophien - Supply Chain Management</li> </ol> <p><b>Beschaffungsmarketing</b></p> <p>Die Veranstaltung besteht aus mehreren Lerneinheiten, die Inhalte der folgenden Punkte aufgreifen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Grundlagen des Beschaffungsmarketing</li> <li>2 Definition der Beschaffungsziele</li> <li>3 Analyse der Beschaffung</li> <li>4 Alternativenentwicklung</li> <li>5 Alternativenbewertung und –auswahl</li> <li>6 Beschaffungs-Controlling</li> </ol>
<b>Dauer des Moduls</b>	6 SWS, ein Semester
<b>Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	Jedes Semester
<b>Zugangsvoraussetzungen</b>	Keine
<b>Gesamtarbeitsaufwand/ Workload des Moduls</b>	150 Stunden pro Semester
<b>Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge</b>	Dieses Modul wird als Pflichtmodul für die Bachelor Studiengänge BWL und Wirtschafts-Informatik angeboten und deckt Themen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre ab. Es stellt insoweit eine grundlegende Veranstaltung dar. Besondere Bedeutung kommt ihr vor dem Hintergrund der Schwerpunktbildung (Supply Chain und Operations Management) zu.
<b>Lehrformen des Moduls</b>	Lehrvortrag mit Aussprache und Übungen
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Operations Management Beschaffungsmarketing
<b>Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	Zweistündige Klausur  In der Klausur können maximal 60 Punkte erzielt werden. Davon maximal 40 Punkte im Teil „Operations Management“ und maximal 20 Punkte im Teil „Beschaffungsmarketing“. Für ein erfolgreiches Bestehen der Prüfung müssen in der Summe (Punkte Teil OM + Punkte Teil BM) mindestens 50% der Maximalpunktzahl, also 30 Punkte, erreicht sein.

	<p>Gegebenenfalls können durch die freiwillige Bearbeitung von (Teil-)Leistungen, z.B. von Zusatzaufgaben (oder im Masterstudiengang auch Referaten), auf die Klausur anrechenbare Punkte erzielt werden.</p> <p>Das Verfahren, die Höhe der erzielbaren Punkte und die Anforderungen werden von den Lehrenden in den Lehrveranstaltungen bekannt gegeben. Studierende haben keinen Anspruch darauf, dass diese Möglichkeit angeboten wird.</p>
<b>Operations Management</b>	
<b>Nr. der Lehrveranstaltung</b>	1.2
<b>Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)</b>	Pflicht
<b>Semester/Trimester</b>	2. Semester
<b>Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung</b>	Jedes Semester
<b>Zahl der zugeteilten ECTS-Credits (basierend auf dem Arbeitspensum)</b>	3,33 (= zwei Drittel der Gesamtcredits des Moduls)
<b>SWS</b>	4 SWS in einem Semester
<b>Arbeitsaufwand/ Workload</b>	<p>100 Stunden je Semester</p> <p>Präsenzzeit: ca. 45 Stunden  Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden  Klausurvorbereitung: 10 Stunden</p>
<b>Name des Hochschullehrers</b>	Prof. Dr. T. Grabner
<b>Ziel der Lehrveranstaltung (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen)</b>	s.o.
<b>Inhalt der Lehrveranstaltung</b>	s.o.
<b>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</b>	<p>Online-Ressourcen, Lehrbücher bzw. Skripten, Übungsaufgaben, Video</p> <p>Wiendahl, Hans-Peter: Betriebsorganisation für Ingenieure, aktuelle Auflage</p> <p>Ebel, Bernd: Produktionswirtschaft, aktuelle Auflage</p> <p>Thonemann, Ulrich: Operations Management, aktuelle Auflage</p>
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	s.o.
<b>Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten (Lernkontrolle/Leistungsüberprüfung auch Dauer der Prüfung)</b>	s.o.
<b>Unterrichts-/Lehrsprache</b>	Deutsch
<b>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)</b>	<p>Exkursionen</p> <p>Gastvorträge</p>

<b>Beschaffungsmarketing</b>	
<b>Nr. der Lehrveranstaltung</b>	1.2
<b>Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)</b>	Pflicht
<b>Semester/Trimester</b>	2. Fachsemester
<b>Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung</b>	Jedes Semester
<b>Zahl der zugeteilten ECTS-Credits (basierend auf dem Arbeitspensum)</b>	1,66 (= ein Drittel der Gesamtcredits des Moduls)
<b>SWS</b>	2 SWS in einem Semester
<b>Arbeitsaufwand/ Workload</b>	50 Stunden je Semester  Präsenzzeit: ca. 22,5 Stunden Vor- und Nachbereitung: 15 Stunden Klausurvorbereitung: 12,5 Stunden
<b>Name des Hochschullehrers</b>	Erich Bierhals + Prof. Dr. K.D. Lorenzen
<b>Ziel der Lehrveranstaltung (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen)</b>	s.o.
<b>Inhalt der Lehrveranstaltung</b>	s.o.
<b>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</b>	Lehrbücher bzw. Skripten, Fachzeitschriften (z.B. Beschaffung aktuell) Übungsaufgaben, Video Hartmann, Horst: Materialwirtschaft, aktuelle Auflage Koppelman, Udo: Beschaffungsmarketing, aktuelle Auflage Weitere aktuelle Quellen werden in der Lehrveranstaltung/im Skript genannt
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	s.o.
<b>Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten (Lernkontrolle/Leistungsüberprüfung auch Dauer der Prüfung)</b>	s.o.
<b>Unterrichts-/Lehrsprache</b>	Deutsch
<b>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)</b>	Exkursionen Gastvorträge