



Operations Management und Beschaffungsmarketing

Modul-Nr./ Code	1.2 - MA
ECTS-Credits	5
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 / 110
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. T. Grabner, OM Prof. Dr. K.D. Lorenzen, BM
Semester	Erstes Fachsemester
Qualifikationsziele des Moduls	<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. Das bei den Studierenden aus einem vorhergehenden Studium vorhandene Fachwissen wird aufgegriffen, als „Anker“ für die weitere Wissensvermittlung verwendet und soweit wie möglich integriert, aber auch abgerundet und ergänzt.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nutzung der Methoden und Verfahren aus der ABWL ▪ Anwendung genereller Managementtechniken wie z.B. Business Process Reengineering, Qualitätsmanagement (FMEA, QFD etc.), Prozessoptimierung, Just-in-Time, Kanban, etc. ▪ Förderung des vernetzten Denkens angesichts der Bindegliedfunktion im Rahmen internationaler Supply Chains. <p><u>Sozialkompetenz:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Förderung der Teamfähigkeit (Gemeinsame Aufgabenbearbeitung und Ergebnispräsentation) ▪ Förderung der interkulturellen Kompetenzen <p><u>Persönlichkeitskompetenz:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Steigerung der Lernfähigkeit und Lernbereitschaft zur Aneignung von neuem, zusätzlichem (Fach-) Wissen und zum Erlernen bzw. Verändern von Fertigkeiten und Handlungsweisen
Inhalt des Moduls	<p>Operations Management</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Allgemeines 2. Einführung in das Operations Management 3. Produktentwicklung 4. Prozessentwicklung 5. Strukturentwicklung 6. Planung und Steuerung des Betriebes 7. Management-Philosophien - Lean Production 8. Management-Philosophien - Total Quality Management 9. Management-Philosophien - Supply Chain Management

	<p>Beschaffungsmarketing Die Veranstaltung besteht aus mehreren Lerneinheiten, die Inhalte der folgenden Punkte aufgreifen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Grundlagen des Beschaffungsmarketing 2 Definition der Beschaffungsziele 3 Analyse der Beschaffung 4 Alternativenentwicklung 5 Alternativenbewertung und –auswahl 6 Beschaffungs-Controlling
Dauer des Moduls	6 SWS, ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Gesamtarbeitsaufwand/ Workload des Moduls	150 Stunden pro Semester
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	<p>Dieses Modul wird als Pflichtmodul für den nicht konsekutiven Master-Studiengang BWL angeboten. Im Rahmen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre deckt es einen funktionalen Teilbereich ab. Die hier erworbenen grundlegenden Fachkenntnisse stellen eine wichtige Basis für das Verstehen betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge dar. In anderen Modulen wird nahezu zwangsläufig auf die hier bearbeiteten Themen Bezug genommen werden (müssen). Die erworbenen methodischen Kompetenzen kommen ebenfalls dem gesamten Studium und insbesondere anderen Modulen zugute. Methodische Ansätze lassen sich auch auf andere Anwendungsfälle übertragen und umgekehrt wird in diesem Modul Bezug zu in anderen Modulen erworbene Kenntnisse genommen.</p> <p>In anderen Studiengängen ist dieses Modul nicht verwendbar.</p>
Lehrformen des Moduls	Lehrvortrag mit Aussprache und Übungen, Fallbeispiele, wissenschaftliche Projektarbeit
Lehrveranstaltungen des Moduls	Operations Management Beschaffungsmarketing
Art der Prüfung/	Zweistündige Klausur
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>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> <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>

Operations Management	
Nr. der Lehrveranstaltung	Modul 1.2 - MA
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Semester/Trimester	Erstes Fachsemester
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Jedes Semester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits (basierend auf dem Arbeitspensum)	3,33 (= zwei Drittel der Gesamtcredits des Moduls)
SWS	4
Arbeitsaufwand/ Workload	100 Stunden je Semester Präsenzzeit: ca. 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Klausurvorbereitung: 10 Stunden
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. T. Grabner
Ziel der Lehrveranstaltung (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen)	s.o.
Inhalt der Lehrveranstaltung	s.o.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Online-Ressourcen, Lehrbücher bzw. Skripten, Übungsaufgaben, Video Wiendahl, Hans-Peter: Betriebsorganisation für Ingenieure, aktuelle Auflage Ebel, Bernd: Produktionswirtschaft, aktuelle Auflage Thonemann, Ulrich: Operations Management, aktuelle Auflage Davis, Mark; Aquilano, Mark; Chase, Richard: Fundamentals of Operations Management act. ed. Slack, Nigel; Chambers, Stuart; Johnston, Robert: Operations Management, act. ed.
Lehr- und Lernmethoden	s.o.
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten (Lernkontrolle/Leistungsüberprüfung auch Dauer der Prüfung)	s.o.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Exkursionen Gastvorträge

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