

Modulhandbuch

Master:

Master Gesundheitsmanagement (120 ECTS)

im Fernstudium

Letzte Aktualisierung: 26.11.2018

Inhalte	
Modulhandbuch.....	
Master Gesundheitsmanagement (120 ECTS)	
Inhalte.....	
Semester 1.....	
Health Care Management A (MWHC)	
• Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes (MWHC01).....	
• Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen (MWHC02).....	
Management (MMAN)	
• Strategisches Management (MMAN01).....	
• Leadership (MMAN02-1).....	
Angewandte Statistik (DLMAST)	
• Angewandte Statistik (MMET02).....	
Gesundheitspsychologie u. -soziologie (DLMSAGPS)	
• Gesundheitspsychologie u. -soziologie (DLMSAGPS01).....	
Semester 2.....	
Health Care Management B (MWHB-01)	
• Risikomanagement für Leistungserbringer auf dem Gesundheitsmarkt (MWHB01).....	
• Betriebliches Gesundheitsmanagement (MWHB02-01).....	
Seminar Medizin- und Pflegerecht (DLMGSMR)	
• Seminar Medizin- und Pflegerecht (DLMGSMR01).....	
Methoden des Projektmanagements (DLMSAPMG)	
• Methoden des Projektmanagements (MWPT01).....	
Markt und Staat (DLMVOL)	
• Markt und Staat (MVOL01).....	
Digitale Business-Modelle (DLMIDBM)	
• Digitale Business-Modelle (DLMIDBM01).....	
Semester 3.....	
Gesellschaftliche Herausforderungen und Gesundheitspolitik (DLMGSGHG)	
• Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen und Gesundheitspolitik (DLMGSGHG01).....	
Wahlmodul Digitalisierung in Medizin und Pflege (DLMGWDIMP)	
• Digitalisierung in Medizin und Pflege (DLMGWDIMP01).....	
• Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege (DLMGWDIMP02).....	

Wahlmodul Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege (DLMGWPUBMUP)

- Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege (DLMGWPUBMUP01).....
- Seminar Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege (DLMGWPUBMUP02).....

Wahlmodul Public Health (DLMGWPH).....

- Public Health (DLMGWPH01).....
- Seminar Public Health (DLMGWPH02).....

Strategisches Marketing und Branding (MWMA).....

- Global Branding (MWMA01).....
- Customer Relationship Marketing (MWMA02).....

Erfolgsorientiertes Controlling (MWCO).....

- Erfolgsorientiertes Controlling I (MWCO01).....
- Erfolgsorientiertes Controlling II (MWCO02).....

Kommunikation und Public Relations (DLMWKPR).....

- Kommunikation und Public Relations I (DLMWKB01).....
- Kommunikation und Public Relations II (DLMWKB02).....

Organisations- und Personalentwicklung (DLMWOP).....

- Talentmanagement und Personalentwicklung (DLMTUP01).....
- Change Management und Organisationsentwicklung (DLMCMO01).....

Recht der Arbeitsverhältnisse (DLMRAV).....

- Individuelles Arbeitsrecht (DLMRAV01).....
- Aktuelle Themen im Kollektiven Arbeitsrecht (DLMRAV02).....

Health Care Management Projekt (DLMGHCMP).....

- Health Care Management Projekt (DLMGHCMP01).....

Semester 4.....

Masterarbeit (MMTH).....

- Masterarbeit (MMTH01).....
- Kolloquium (MMTH02).....

Semester 1

Modul

Health Care Management A (MWHC)

10 ECTS

Modulbezeichnung:	Health Care Management A	
Modulnummer: MWHC	Semester: 1 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes (MWHC01) • Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen (MWHC02) 		Dauer: Selbststudium: 180 h Selbstüberprüfung: 60 h Tutorien: 60 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Thomas Neunert
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master General Management • Master of Business Administration 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Management • Marketingstrategie • Wirtschaft und Gesellschaft • Volkswirtschaftslehre
Qualifikations- und Lernziele des Moduls:		
Qualifikations- und Lernziele des Moduls:		
Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes Nach der Teilnahme sollen Studierende		
<ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Prozesse des Gesundheitsmarktes und -managements analysieren und im Hinblick auf Perspektiven und Risiken für eigene Entscheidungen bewerten können. • die Dynamiken des Gesundheitsmarktes für eigene Managemententscheidungen einschätzen und nutzen können. • ein vertieftes Verständnis für die Zusammenhänge im Gesundheitsmarkt an der Schnittstelle jeweils öffentlicher und privater Nachfrager bzw. öffentlicher und privater Anbieter besitzen. 		
Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen Nach der Teilnahme sollen Studierende		
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse über die Besonderheiten des Personalmanagements in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen haben. • das Personalmanagement als Teil des Gesamtprozesses sehen. • die Grundpostulate der Personalarbeit in Gesundheitseinrichtungen kennen und die Prozesse der Personalbedarfsermittlung, des Personaleinsatzes und des Personalkostenmanagements und Personalkostencontrollings unter den Bedingungen von Gesundheitseinrichtungen steuern können. • aus der Analyse äußerer und innerer Rahmenbedingungen Entscheidungen für das Personalmanagement in diesem Bereich treffen können. 		
Lehrinhalt des Moduls:		

Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes

Grundlagen und Systeme des Gesundheitsmarktes, spezifische Chancen und Risiken des Gesundheitsmarktes, Rahmenbedingungen des Gesundheitswesens, Besonderheiten des Gesundheitsmarktes im Zusammenspiel von Marktwirtschaft und öffentlichem Auftrag, Rahmenbedingungen (SGB V, SGBXI, SGB XII, SGB IX)

Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen

Personalmanagement in Gesundheitseinrichtungen und seine Besonderheiten, Chancen und Risiken der demografischen Entwicklung, rechtliche Rahmenbedingungen; Arbeitgeberattraktivität und Employer Branding im Gesundheits- und Sozialbereich

Lehrmethoden:	Studienhefte, Übungsaufgaben, Video-Vorlesungen, Online-Tutorien	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms:: 10 ECTS von 120 ECTS = 8.33%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibungen	MWHC01 MWHC02 Modulklausur 180 Min. (100 %)

Kursnummer: MWHC01	Kursname: Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester	Zugangsvoraussetzungen: keine	
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System	Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung	
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Ausgehend von einer Darstellung der verschiedenen Gesundheitssysteme werden die Spezifika des Gesundheitsmarktes vertiefend dargestellt. Der Schwerpunkt liegt hier bei den Versicherungssystemen der deutschsprachigen Länder. Die gegenwärtigen Prozesse im Zusammenspiel von Regulierung und Deregulierung des Gesundheitsmarktes, von Marktwirtschaft und Sicherstellungsbedürfnissen werden diskutiert. Wesentlichen Anteil wird die Darstellung des Widerspruchs zwischen wachsender Nachfrage, steigenden Möglichkeiten und limitierten Ressourcen im Gesundheitsmarkt, insbesondere im Bereich der Sozialversicherungssysteme, ausmachen. Daraus ableitend werden Lösungsansätze für eigenes wirtschaftliches Handeln und Managementstrategien entwickelt. Anbieter- und Nachfragerseite werden gleichberechtigt behandelt.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Prozesse des Gesundheitsmarktes und -managements analysieren und im Hinblick auf Perspektiven und Risiken für eigene Entscheidungen bewerten können. • die Dynamiken des Gesundheitsmarktes für eigene Managemententscheidungen einschätzen und nutzen können. • ein vertieftes Verständnis für die Zusammenhänge im Gesundheitsmarkt an der Schnittstelle jeweils öffentlicher und privater Nachfrager bzw. öffentlicher und privater Anbieter besitzen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1 Grundlagen und Systeme des Gesundheitsmarktes</p> <p>2 Spezifische Chancen und Risiken des Gesundheitsmarktes; Rahmenbedingungen des Gesundheitswesens</p> <p>3 Besonderheiten des Gesundheitsmarktes; Zusammenspiel Marktwirtschaft und öffentlicher Auftrag; Rahmenbedingungen (SGB V, SGB XI, SGB XII, SGB IX)</p> <p>4 Fraud & Corruption - ein besonderes Problem im Gesundheitswesen?</p>		

Literatur:

- Amelung, V. E. (2012): Managed Care. Neue Wege im Gesundheitsmanagement. 5. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834933591.
- Lauterbach, K. W./Stock, S./Brunner, H. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie. Lehrbuch für Mediziner und andere Lehrberufe. 3. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456852836.
- Simon, M. (2013): Das Gesundheitssystem in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise. 4. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456849904.

Prüfungsleistungen:

- Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Kursnummer: MWHC02	Kursname: Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester	Zugangsvoraussetzungen: keine	
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System	Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung	
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Das Personalmanagement in Krankenhäusern und Sozialeinrichtungen steht infolge der gegenwärtigen demografischen und ökonomischen Entwicklungen vor großen Herausforderungen. Die Studierenden lernen Personalmanagement in Gesundheitseinrichtungen als eine Schlüsselfunktion einer personalintensiven Branche kennen, mithilfe derer die Wettbewerbsfähigkeit der Organisation gesichert werden kann. Auf die kulturellen Bedingungen für die Personalarbeit in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen wird eingegangen. Die Bedeutung der Arbeitgeberattraktivität und des lebensphasengerechten Arbeitens wird erläutert. Das Konzept des Employer Brandings zum langfristigen Aufbau einer Arbeitgebermarke und Gewinnung von Wettbewerbsvorteilen am Personalmarkt wird vertieft dargestellt.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse über die Besonderheiten des Personalmanagements in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen haben. • das Personalmanagement als Teil des Gesamtprozesses sehen. • die Grundpostulate der Personalarbeit in Gesundheitseinrichtungen kennen und die Prozesse der Personalbedarfsermittlung, des Personaleinsatzes und des Personalkostenmanagements und Personalkostencontrollings unter den Bedingungen von Gesundheitseinrichtungen steuern können. • aus der Analyse äußerer und innerer Rahmenbedingungen Entscheidungen für das Personalmanagement in diesem Bereich treffen können. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1 Besonderheiten von Gesundheitseinrichtungen als Arbeitgeber</p> <p>2 Besonderheiten von Beschäftigten im Gesundheitswesen (Motivationsstrukturen, Frauenanteil, interdisziplinäre Arbeitsstrukturen)</p> <p>3 Demografische Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf die Personalsituation im Gesundheitsmarkt- Chance oder Risiko - Analyse - Schlussfolgerungen</p> <p>4 Internationalität in einem regulierten Markt mit starken lokalen und nationalen Besonderheiten</p> <p>5 Personalverwaltung vs. Personalmanagement und Personalentwicklung, die besondere Notwendigkeit von lebensphasengerechtem Arbeiten und Employer Branding im Gesundheitsmarkt</p>		

Literatur:

- Buckesfeld, Y. (2012): Employer Branding. Strategie für die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität in KMU. Diplomica, Hamburg. ISBN-13: 978-3842873971.
- Busse, R./Schreyögg, J./Tiemann, O. (2010): Management im Gesundheitswesen. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3642013355.
- Holz, M./Da-Cruz, P. (Hrsg.) (2007): Demografischer Wandel in Unternehmen. Herausforderung für die strategische Personalplanung. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834904935.
- Naegeler, H. (2011): Personalmanagement im Krankenhaus. Grundlagen und Praxis. 2. Auflage, MWV, Berlin. ISBN-13: 978-3941468535.

sowie aktuell über jeweilige Webplattform

Prüfungsleistungen:

- Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Modul
Management (MMAN)

10 ECTS

Modulbezeichnung:	Management	
Modulnummer: MMAN	Semester: 1 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Pflicht, Wahlpflicht Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Strategisches Management (MMAN01) • Leadership (MMAN02-1) 		Dauer: Selbststudium: 180 h Selbstüberprüfung: 60 h Tutorien: 60 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Frank Wernitz
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master General Management • Master of Business Administration 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaft und Gesellschaft • Marketingstrategie • Wahlpflichtmodule I + II
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Auf Basis ausgewählter Modelle des strategischen Management sowie der Führung werden die Studierenden in die Lage versetzt, mit den aktuellen strategischen Herausforderung der strategischen und operativen Unternehmensführung umzugehen. Auf Basis des aktuellen Managementwissens strategischer Planungskonzepte, der systematischen Implementierung und Kontrolle von Unternehmens- und Marktstrategien werden die Kompetenzen der Studierenden zur langfristigen Ausrichtung der Unternehmensentwicklung auf nationalen und internationalen Märkten geschärft. Durch eine intensive Auseinandersetzung mit strategischen Führungsaufgaben sowie den damit verbundenen Führungsstilen und -techniken werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, durch Methoden der Führungskommunikation und Führungsinteraktion die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Strategieimplementierung im Unternehmen vorzubereiten, Veränderungsprozesse zu moderieren und Konflikte aktiv zu managen. Mithilfe von Übungen und Fallstudien werden die Teilnehmer aufgefordert, sich in die Rolle verantwortlicher Manager(innen) im Bereich des strategischen Managements und der Unternehmensführung zu versetzen, Problemstellungen zu verstehen und mit den Konzepten und Methoden des modernen Managements zu lösen.		
Lehrinhalt des Moduls:		

- Grundlagen und Konzepte des strategischen Management
- Der Prozess des strategischen Management
- Internationale Herausforderungen an das strategische Management
- Grundlagen der professionellen Führung
- Personalführung und Motivation im Unternehmen
- Führung und Unternehmenskultur
- Führung und Change Management

Lehrmethoden:	Studienhefte, Übungsaufgaben, Video-Vorlesungen, Online-Tutorien	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms:: 10 ECTS von 120 ECTS = 8.33%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibungen	Modulklausur 180 Min. (100 %)

Kursnummer: MMAN01	Kursname: Strategisches Management	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: PflichtWahlpflicht, Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs Kursangebot: WS, SS Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Auf Basis ausgewählter Modelle der strategischen Marktanalyse werden die Studierenden in die Lage versetzt, die Chancen und Risiken von Märkten sowie die Stärken und Schwächen von Unternehmen in bestimmten Marktsituationen zu erfassen. Mithilfe neuester Entwicklungen in der Managementforschung werden Kompetenzen zur Beurteilung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen auf nationalen und internationalen Märkten vertieft. Damit werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, Strategiealternativen zu planen und deren Durchsetzung und Kontrolle in Unternehmen vorzubereiten. Mithilfe von Übungen und Fallstudien werden die Teilnehmer aufgefordert, sich in die Rolle verantwortlicher Manager(innen) im Bereich der strategischen Unternehmensentwicklung und Unternehmensführung zu versetzen, Problemstellungen zu verstehen und mit den Methoden des modernen strategischen Management zu lösen.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Planung von Strategiekonzepten auf verschiedenen Planungsebenen des strategischen Managements verstehen und nachvollziehen zu können. • die Philosophie und Sprache der strategischen Planung und Marktanalyse zu verstehen. • praxisorientierte Strategiekonzepte mit Hilfe von Case Studies anzuwenden und zu verstehen. • komplexe strategische Situationen und Entwicklungen lösungsorientiert zu strukturieren und zu bearbeiten. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1 Was bedeutet Strategie?</p> <p>1.1 Was ist eigentlich eine Unternehmensstrategie?</p> <p>1.2 Was muss man bei strategischen Entscheidungen berücksichtigen?</p> <p>1.3 Wer ist in die Strategieentwicklung involviert?</p> <p>1.4 Was beinhaltet eine fundierte Strategie?</p> <p>2 Das strategische Umfeld</p> <p>2.1 Wo befinden wir uns im Markt? Das Makroumfeld</p> <p>2.2 Wo befinden wir uns im Markt? Das Mikroumfeld</p> <p>2.3 Analyse, strategische Möglichkeiten und Beurteilung der fünf Kräfte</p>		

3 Die Position im Markt

- 3.1 Warum existiert das Unternehmen?
- 3.2 Welche Position nimmt das Unternehmen im Markt ein?
- 3.3 Welche Marktinformationen braucht das Unternehmen?
- 3.4 Was kann das Unternehmen?
- 3.5 Was können die Anderen?

4. Strategische Geschäftseinheiten: Aufgaben und Strategien

- 4.1 Welche strategischen Möglichkeiten haben SGEs?
- 4.2 Interaktive Strategien
- 4.3 Produktlebenszyklus

5. Strategische Möglichkeiten des Konzerns

- 5.1 Die Aufgabenfelder der strategischen Planung
- 5.2 Welche strategischen Möglichkeiten haben Konzerne?
- 5.3 Outsourcing
- 5.4 Produktportfolioanalyse (BCG)
- 5.5 Produktportfolioanalyse (GE-McKinsey)

6. Welche internationalen Strategien gibt es?

- 6.1 Warum sind Unternehmen heute international tätig?
- 6.2 Welche Faktoren beeinflussen die Entscheidung, in welcher Region man investiert?
- 6.3 In welcher Form können Unternehmen im Ausland investieren?

7. Selbst wachsen, kaufen oder Allianzen eingehen?

- 7.1 Selbst wachsen
- 7.2 Fusionieren und Akquirieren
- 7.3 Strategische Allianzen
- 7.4 Wie können sich Unternehmen entscheiden, ob sie selbst wachsen, fusionieren, akquirieren oder Allianzen eingehen sollten?

8. Wie kan man Strategien evaluieren?

- 8.1 Wie kann man eine Strategie bewerten?
- 8.2 Strategieimplementierung

Literatur:

- Bea, F. X./Haas, J. (2009): Strategisches Management. 5. Auflage, UTB, Stuttgart. ISBN-13: 978-3825214586.
- Grant, R. M./Nippa, M. (2006): Strategisches Management. Analyse, Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien. 5. Auflage. Pearson, München. ISBN-13: 978-3827372208.
- Harvard Business School Essentials (Hrsg.) (2006): The Essentials of Strategy. Harvard Business School Press, Boston. ISBN-13: 978-1591398226.
- Hinterhuber, H. H. (2005): Strategische Unternehmensführung, Teil I. Strategisches Denken. 7. Auflage, De Gruyter, Berlin/New York. ISBN-13: 978-3503093229.
- Hinterhuber, H. H. (2005): Strategische Unternehmensführung, Teil II. Strategisches Handeln. 7. Auflage, De Gruyter, Berlin/New York. ISBN-13: 978-3110181050.
- Johnson, G./Scholes, K./Whittington, R. (2008): Exploring Corporate Strategy. 8. Auflage, Prentice Hall, Harlow. ISBN-13: 978-0273711926.
- Mintzberg, H./Ahlstrand, B./Lampel, J. (2012): Strategy Safari. Der Wegweiser durch den Dschungel des strategischen Managements. Finanzbuch Verlag, München. ISBN-13: 978-3898796750.
- Porter, M. E. (2010): Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten. 7. Auflage, Campus, Frankfurt a. M. ISBN-13: 978-3593388502.
- Steinmann, H./Schreyögg (2005): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3409633123.

Prüfungsleistungen:

- Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Kursnummer: MMAN02-1	Kursname: Leadership	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: PflichtWahlpflicht, Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs Kursangebot: WS, SS Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>In der Wissensgesellschaft sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Unternehmens zu einer der wichtigsten Ressourcen geworden. Es gehört zu den grundlegenden Kompetenzen von Führungskräften, das Wissen und die Fähigkeiten von Individuen in der Organisation durch Leadership/Führung zu fordern und zu fördern. Die professionelle und systematische Führung von Mitarbeitern ist kritisch für den Erfolg eines Unternehmens im Wettbewerb. Vor diesem Hintergrund setzt sich der Kurs mit den notwendigen Kompetenzen einer Führungskraft in Unternehmen mit modernen, wissensbasierten Arbeitsorganisationen auseinander. Es werden zentrale Fragestellungen der modernen Führungstheorie und -praxis diskutiert. Im Mittelpunkt stehen dabei die Grundlagen der professionellen Führung, Führungs- und Motivationsinstrumente, Aspekte der situativen Führung sowie die Führungskommunikation und -interaktion im Rahmen der strategischen Führung und in Veränderungsprozessen. Sowohl methodisch-konzeptionelle Grundlagen der Führung als auch empirische Beispiele und Diskussionen zum Führungsverhalten in Organisationen bereiten die Teilnehmer auf die Herausforderungen der Führung, den Umgang mit Change sowie Teamentwicklung und Konfliktmanagement im Unternehmen vor.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • das Führungsgeschehen sowie -verhalten in der Unternehmenspraxis anwendungs- und problemlösungsorientiert zu analysieren. • zentrale Kompetenzen von Führungskräften, Stile und Aufgaben der Führung zu erläutern. • Führungsinstrumente zur Mitarbeitermotivation, der Gestaltung einer vertrauensvollen Arbeits- und Führungsbeziehung sowie die zentralen Gestaltungsfaktoren zum Aufbau einer erfolgreichen Führungskultur zu skizzieren. • Führungsbeziehungen durch einen aktiven Einsatz der verschiedenen Führungsstile zu verstehen, zu gestalten und damit das Verhalten von Mitarbeitern sowie die Veränderungen von Organisationen zielgerichtet zu managen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Führung im Überblick</p> <p>1.1 Führung und Persönlichkeit: Trait-Theorien</p> <p>1.2 Führung als Fähigkeit: Eigenschaftstheorien</p>		

- 1.3 Positive Verstärkung: Verhaltenstechnik
- 1.4 Führung in Abhängigkeit von der Situation: situative Ansätze
- 1.5 Situative- und Kontingenztheorien
- 1.6 Theorie des funktionalen Führungsverhaltens
- 1.7 Integrierte psychologische Theorie
- 1.8 Transaktionale und transformative Führung
- 1.9 Führung als emotionsgeladener Prozess
- 1.10 Neo-emergent-Theorie

2. Führung als soziale Rolle

- 2.1 Rollen in Gruppen
- 2.2 Rollentypen
- 2.3 Formale Bedingungen für soziale Rollen in Unternehmen: Unternehmenskontext als Rollen bestimmende Komponente
- 2.4 Individuum und Gruppe: Verhalten zwischen Konformität und Abweichung
- 2.5 Problematik von formalisiertem Rollenverständnis und Selbstkonzept

3. Führung von MitarbeiterInnen aus Sicht der MitarbeiterInnen

- 3.1 Allgemeine Erwartungen an Führungskräfte
- 3.2 Wahrhaftigkeit und Authentizität
- 3.3 Souveräner Umgang mit Konflikten
- 3.4 Konflikte in Gruppen
- 3.5 Konfliktlöseschema nach Matzat
- 3.6 Begeisterungsfähigkeit
- 3.7 Belastbarkeit
- 3.8 Durchsetzungsfähigkeit
- 3.9 Einfühlungsvermögen (Empathie)
- 3.10 Fachkompetenz

4. Führung von MitarbeiterInnen aus Sicht der Führungskraft

- 4.1 Selbstkonzept als Führungskraft
- 4.2 Lokomotion und Kohäsion
- 4.3 Individuelle Problem- und Lerndimensionen des Führungsverhaltens
- 4.4 Das Menschenbild und sein Einfluss auf das Führungsverhalten am Beispiel der Theorien von Maslow, McGregor und Herzberg
- 4.5 Ambiguitätstoleranz

5. Führungsinstrumente

- 5.1 Führungsinstrumente: Definition
- 5.2 Organisatorische Führungsinstrumente
- 5.3 Personale Führungsinstrumente

6. Führungsaufgaben

- 6.1 Aufgaben einer Führungskraft
- 6.2 Kommunikation
- 6.3 Grundlagen der Gesprächsführung
- 6.4 Planung
- 6.5 Zielsetzung

6.6 Delegation

6.7 Kontrolle

6.8 Feedbackkultur

7. Organisationsveränderung

7.1 Bildung und Wissen

7.2 Kultureller Wertewandel und Subjektivierung

7.3 Globalisierung

7.4 Technischer Fortschritt

7.5 Change Management: Führung in Veränderungssituationen

8. Erfolgreiche Mitarbeiterführung

8.1 Führungsstile und Führungsverhalten messen

8.2 Messung transaktionaler und transformationaler Führung mit dem Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ)

8.3 Zusammenhänge des Führungsverhaltens mit subjektiven und objektiven Erfolgskriterien

8.4 Validierung des Führungserfolges durch Einbezug situativer Faktoren

Literatur:

- Bloisi, W. C./Hunsaker, C. W./Curtis, W. K. (2006): Management and Organisational Behaviour. 2. Auflage, McGraw-Hill Education Europe, London. ISBN-13: 978-0077111076.
- Burnes, B. (2009): Managing Change. 5. Auflage, Prentice Hall, Harlow. ISBN-13: 978-0273711742.
- Conger, J. A./Riggio, R. E (Hrsg.) (2006): The Practice of Leadership. Developing the Next Generation of Leaders. Wiley, Hoboken (NJ). ISBN-13: 978-0787983055.
- Dillerupp, R./Stoi, R. (2010): Unternehmensführung. 3. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800638116.
- Erdmüller, A./Jiraneck, H. (2007): Konfliktmanagement. Konflikte vorbeugen, sie erkennen und lösen. 3. Auflage, Haufe, Freiburg. ISBN-13: 978-3448101225.
- Hannum, K./Martineau, J. W./Reinelt, C. (Hrsg.) (2006). The Handbook of Leadership Development Evaluation. Wiley, Hoboken (NJ). ISBN-13: 978-0787982171.
- Harvard Business Essentials (Hrsg.) (2007): Managers Toolkits. The 13 Skills Managers Need to Succeed. Harvard Business School Press, Boston. ISBN-13: 978-1591392897.
- Hinterhuber, H. H. (2005): Die fünf Gebote für exzellente Führung. Wie Ihr Unternehmen in guten und in schlechten Zeiten zu den Gewinnern zählt. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M. ISBN-13: 978-3899812282.
- Hinterhuber, H. H./Krauthammer, E. (2005): Leadership – mehr als Management. Was Führungskräfte nicht delegieren dürfen. 4. Auflage, Frankfurt. ISBN-13: 978-3409489539.
- Kotter, J./Cohen, D. S. (2002): The Heart of Change. Real-Life Stories of How People Change Their Organizations. Harvard Business Review Press, Boston. ISBN-13: 978-1578512546.
- Peters, T. (2005): Leadership. Inspire, liberate, achieve. Dorling Kindersley, London. ISBN-13: 978-1405302579.
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (2005): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3409633123.

Prüfungsleistungen:

- Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Modul

Angewandte Statistik (DLMAST)

5 ECTS

Modulbezeichnung:	Angewandte Statistik	
Modulnummer: DLMAST	Semester: 1 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Angewandte Statistik (MMET02) 		Dauer: Selbststudium: 90 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 30 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Thomas Benesch
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master General Management • Master Marketing Management • Master Personalmanagement • Master Soziale Arbeit 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: keine
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • die Rolle und Bedeutung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse zu erkennen und zu erklären. • die Relevanz von Daten zur Prozesssteuerung und Beantwortung strategischer Fragestellungen zu verstehen. • statistische Methoden im Gesamtkontext konkreter Problemstellungen einzusetzen. • statistische Problemstellungen unter Verwendung spezieller statistischer Software-Pakete zu lösen. 		
Lehrinhalt des Moduls:		
<ul style="list-style-type: none"> • Daten und Statistik • Wahrscheinlichkeitsverteilungen und ihre Maße • Philosophie des Schätzens • Philosophie des Testens • Bivariate Analysemethoden • Korrelationsanalyse • Regressionsanalyse • Multivariate Analysemethoden 		
Lehrmethoden:		

Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms:: 5 ECTS von 120 ECTS = 4.17%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	MMET02: Klausur, 90 Min. (100%)

Kursnummer: MMET02	Kursname: Angewandte Statistik	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Im Berufsalltag werden kontinuierlich enorme Mengen von Daten generiert, bspw. im Rahmen von Produktions- und Fertigungs-, und Steuerungsprozessen. Das Fachgebiet der Statistik ist in diesem Zusammenhang eine nützliche Disziplin, die es dem Anwender ermöglicht, diese Daten zu analysieren und auszuwerten, um so an den Informationsgehalt der zugrundeliegenden Daten zu gelangen. Diese Informationen können einen wertvollen Beitrag zur Kontrolle oder Optimierung der zugrundeliegenden Prozesse ermöglichen, bzw. helfen, strategische Entscheidungen zu unterstützen. Dabei werden sowohl Methoden der beschreibenden und der schließenden Statistik uni-, bi- und multivariat betrachtet unter Bezugnahme der Wahrscheinlichkeitstheorie.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Studierenden die Rolle und Bedeutung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse. • verstehen die Studierenden die Relevanz von Daten zur Prozesssteuerung und Beantwortung strategischer Fragestellungen. • sind die Studierenden in der Lage, statistische Methoden im Gesamtkontext konkreter Problemstellungen einzusetzen. • können die Studierenden statistische Problemstellungen unter Verwendung spezieller statistischer Software-Pakete lösen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Daten und Statistik</p> <p>1.1 Anwendung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Problemstellungen 1.2 Vorgehensweise in Wissenschaft und Praxis 1.3 Statistische Software-Pakete und ihre (Fehl-)Anwendungen</p> <p>2. Wahrscheinlichkeitsverteilungen und ihre Maße</p> <p>2.1 Lagemaße statistischer Verteilungen 2.2 Streuungsmaße statistischer Verteilungen 2.3 Zufallsvariablen 2.4 Normalverteilung</p> <p>3. Punkt- und Intervallschätzungen</p> <p>3.1 Punktschätzung des Mittelwertes 3.2 Intervallschätzung für den Mittelwert</p>		

3.3 Bestimmung der Stichprobengröße

4. Hypothesentests über Mittelwerte einer Stichprobe

4.1 Nullhypothesen und Alternativhypothesen

4.2 Hypothesentests zum Mittelwert bei bekannter Varianz der Grundgesamtheit

4.3 Hypothesentests zum Mittelwert bei unbekannter Varianz der Grundgesamtheit

4.4 Fehler erster und zweiter Art

5. Auswertung von zweidimensionalen Daten

5.1 Kovarianz

5.2 Pearsons Korrelationskoeffizient

6. Das einfache Regressionsmodell

6.1 Modellbildung

6.2 Einfaches Regressionsmodell

6.3 Güte der Regressionsgeraden

7. Multiple Lineare Regression

7.1 Multiple Regression

7.2 Voraussetzungen für die Anwendbarkeit des multiplen Regressionsmodells

8. Regression mit kategorischen Variablen

8.1 Kodierung von kategorialen Variablen

8.2 Logistisches Regressionsmodell

Literatur:

- von Auer, L. (2007). Ökonometrie: Eine Einführung, 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Backhaus, K. et al. (2010). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 13. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Chiang, A.C./Wainright, K. (2005). Fundamental Methods of Mathematical Economics, McGraw-Hill, New York.
- Fahrmeir, L. et al. (2016). Statistik: Der Weg zur Datenanalyse, 8. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Falk, M./Becker, R./Marohn, F. (2004). Angewandte Statistik: Eine Einführung mit Programmbeispielen in SAS, Springer, Heidelberg.
- Hartung, J./Elpelt, B. (2007). Multivariate Statistik: Lehr- und Handbuch der angewandten Statistik, 7. Auflage, Oldenbourg, München.
- Kleinbaum, D.G./Klein, M. (2010). Logistic Regression: A Self-Learning Text (Statistics for Biology and Health), 3rd Edition, Springer, Heidelberg.

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

Modul

Gesundheitspsychologie u. - soziologie (DLMSAGPS)

5 ECTS

Modulbezeichnung:	Gesundheitspsychologie u. -soziologie	
Modulnummer: DLMSAGPS	Semester: 1 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">• Gesundheitspsychologie u. -soziologie (DLMSAGPS01)		Dauer: Selbststudium: 90 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 30 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Mario Herrmann
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none">• Master Soziale Arbeit		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none">• Klinische Psychologie• Klinische Sozialarbeit und Gesundheitsförderung
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Nach Absolvierung des Moduls <ul style="list-style-type: none">• können die Studierenden verschiedene Theorien und Modelle zu Gesundheit und Krankheit unterscheiden und wertreflektiert in Beziehung zum eigenen Praxisfeld und dortigen Vorgehensweisen setzen.• kennen die Studierenden in ausgewählten wichtigen Handlungsfeldern der Gesundheitspsychologie die relevanten empirischen Befunde und analysieren diese mit Blick auf bestimmte Adressatinnen und Adressaten Sozialer Arbeit.• können die Studierenden exemplarisch die Relevanz qualitativer und/oder quantitativer sozialwissenschaftlicher Studien zu Gesundheit und Krankheit für ihr Handlungsfeld erläutern.• sind die Studierenden in der Lage, die gesellschaftliche Produktion von Gesundheit als soziales Problem kritisch einzuschätzen und Wertorientierungen abzuwägen.• können die Studierenden Gesundheit in ihrer subjektiven und objektiven Dimension gegenüberstellen und exemplarisch auf konkret zu planende Projekte übertragen.		
Lehrinhalt des Moduls: <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen der Gesundheitspsychologie• Anwendungsfelder Gesundheitspsychologie• Theorien und Methoden der Gesundheitssoziologie• Soziale Produktion von Gesundheit und Krankheit• Die soziale Konstruktion von Gesundheit		
Lehrmethoden:		
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	

Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms:: 5 ECTS von 120 ECTS = 4.17%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	Klausur, 90 Min. (100 %)

Kursnummer: DLMSAGPS01	Kursname: Gesundheitspsychologie u. -soziologie	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht		Zugangsvoraussetzungen: Siehe Modulbeschreibung
Kursangebot: WS, SS		
Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester		
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung

Beschreibung des Kurses:

Der Kurs setzt Gesundheit aus den Blickwinkeln von Individuum und Gesellschaft zugleich in Bezug zur Sozialen Arbeit. Dazu finden grundlegende Konzepte aus Soziologie und Psychologie Eingang wie auch ihre Ableitungen in konkrete Handlungs- und Forschungsfelder. Untersucht und diskutiert werden schließlich Strukturen und Prozesse der sozialen Produktion und Konstruktion von Gesundheit.

Kursziele:

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses

- können die Studierenden verschiedene Theorien und Modelle zu Gesundheit und Krankheit unterscheiden und wertreflektiert in Beziehung zum eigenen Praxisfeld und dortigen Vorgehensweisen setzen.
- kennen die Studierenden in ausgewählten wichtigen Handlungsfeldern der Gesundheitspsychologie die relevanten empirischen Befunde und analysieren diese mit Blick auf bestimmte Adressatinnen und Adressaten Sozialer Arbeit.
- können die Studierenden exemplarisch die Relevanz qualitativer und/oder quantitativer sozialwissenschaftlicher Studien zu Gesundheit und Krankheit für ihr Handlungsfeld erläutern.
- sind die Studierenden in der Lage, die gesellschaftliche Produktion von Gesundheit als soziales Problem kritisch einzuschätzen und Wertorientierungen abzuwägen.
- können die Studierenden Gesundheit in ihrer subjektiven und objektiven Dimension gegenüberstellen und exemplarisch auf konkret zu planende Projekte übertragen.

Lehrmethoden:

Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Inhalte des Kurses:

1 Grundlagen der Gesundheitspsychologie

- 1.1 Inhalte, Definitionen und Merkmale von Gesundheitspsychologie
- 1.2 Modelle von Gesundheit und Krankheit
- 1.3 Aktuelle Theorien und Modelle zum Gesundheitsverhalten

2 Anwendungsfelder Gesundheitspsychologie

- 2.1 Gesundheitsbezogenes Verhalten
- 2.2 Gesundheit und Lebensalter

3 Theorien und Methoden der Gesundheitssoziologie

- 3.1 Inhalte, Definitionen und Merkmale von Gesundheitssoziologie
- 3.2 Entstehung von Gesundheit und Krankheit – theoretische Ansätze
- 3.3 Das Gesundheitssystem als Gegenstand gesundheitssoziologischer Forschung
- 3.4 Methoden der Gesundheitssoziologie

4 Soziale Produktion von Gesundheit und Krankheit

- 4.1 Soziale Ungleichheit und Gesundheit
- 4.2 Arbeit und Arbeitslosigkeit und Gesundheit
- 4.3. Migration und Gesundheit

5 Die soziale Konstruktion von Gesundheit

- 5.1 Verschiedene Perspektiven auf Gesundheit und Krankheit
- 5.2 Konstruktion von Gesundheit im Spiegel der Medien
- 5.3 Die Medikalisierung sozialer Prozesse

Literatur:

- Brinkmann, R. (2014): Angewandte Gesundheitspsychologie. Pearson, Hallbergmoos. ISBN-13: 978-3868941654.
- Faltermaier, T. (2017): Gesundheitspsychologie. 2. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170261495.
- Franke, A. (2012): Modelle von Gesundheit und Krankheit. 3. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456851204.
- Hurrelmann, K./Klotz, T./Haisch, J. (Hrsg.) (2014): Lehrbuch Prävention und Gesundheitsförderung. 4. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456853192.
- Kickbusch, I./Hartung, S. (2014): Die Gesundheitsgesellschaft. Konzepte für eine gesundheitsförderliche Politik. 2. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456846750.
- Klemperer, D. (2015): Sozialmedizin - Public Health - Gesundheitswissenschaften. Lehrbuch für Gesundheits- und Sozialberufe. 3. Auflage, Hogrefe, Bern. ISBN-13: 978-3456855509.
- Knoll, N./Scholz, U./Rieckmann, N. (2013): Einführung Gesundheitspsychologie. 3. Auflage, Reinhardt, München. ISBN-13: 978-3825239305.
- Renneberg, B./Hammelstein, P. (Hrsg.) (2006): Gesundheitspsychologie. Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3540254621.
- Richter, M./Hurrelmann, K. (Hrsg.) (2016): Soziologie von Gesundheit und Krankheit. Springer VS, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658110093.
- Schott, T./Hornberg, C. (Hrsg.) (2011): Die Gesellschaft und ihre Gesundheit. 20 Jahre Public Health in Deutschland. VS Verlag, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3531175812.
- Schwarzer, R. (2004): Psychologie des Gesundheitsverhaltens. Einführung in die Gesundheitspsychologie. 3. Auflage, Hogrefe, Göttingen. ISBN-13: 978-3801718169.

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Semester 2

Modul

Health Care Management B (MWHB-01)

10 ECTS

Modulbezeichnung:	Health Care Management B	
Modulnummer: MWHB-01	Semester: 2 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Risikomanagement für Leistungserbringer auf dem Gesundheitsmarkt (MWHB01) • Betriebliches Gesundheitsmanagement (MWHB02-01) 		Dauer: Selbststudium: 180 h Selbstüberprüfung: 60 Tutorien: 60 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Stefanie André
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master General Management/br> • Master of Business Administration 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Management • Marketingstrategie • Wirtschaft und Gesellschaft • Volkswirtschaftslehre

Qualifikations- und Lernziele des Moduls:

Risikomanagement für Leistungserbringer auf dem Gesundheitsmarkt

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,

- das Risikomanagement methodisch und inhaltlich zu verstehen.
- die Risiken in Organisationen und Prozessen der Gesundheitswirtschaft zu kennen und zu dokumentieren.
- grundlegende Risikobewertungen durchzuführen.
- den Bedarf für Risikomanagement-Systeme zu erkennen sowie diese zu betreiben und bedarfsgerecht zu adaptieren.
- die Anforderungen des Krisenmanagements, der Kommunikation und der Notfallplanung zu beherrschen und durch Erarbeitung von konkreten Lösungen durchzuführen.
- den Einfluss des Risikomanagements auf die Sicherheit, Wettbewerbs- und Überlebensfähigkeit der Organisation weitervermitteln können.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) für das strategische Personalmanagement zu definieren.
- das BGM methodisch und inhaltlich im Kontext der zukünftigen Anforderungen an das Unternehmensmanagement zu verstehen.
- die theoretischen Grundlagen zu bezeichnen und konzeptionelle Ausgangspunkte zu beschreiben.
- die Säulen des BGM darzustellen und begrifflich zu differenzieren.
- unterschiedliche Modelle zur Vermeidung und Reduzierung von Belastungen zu erklären.
- BGM zu planen und einen Handlungsablauf in einem konkreten Setting zu illustrieren.
- BGM-Prozesse und -strukturen vor dem Hintergrund einer konkreten Zielsetzung zu analysieren.
- die Wirksamkeit von BGM-Maßnahmen, -konzepten und -strategien zu evaluieren und kritisch zu argumentieren.

Lehrinhalt des Moduls:

Risikomanagement für Leistungserbringer auf dem Gesundheitsmarkt

- Methoden der Risikoidentifikation, Risikoanalyse und Risikobewertung
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Ausgewählte Instrumente des Schadensmanagements
- Die Grundlagen von Critical Incident Reporting Systemen (CIRS)
- Einführung in das Notfall- und Krisenmanagement
- Die Risikobeurteilung

Betriebliches Gesundheitsmanagement

- Betriebliches Gesundheitsmanagement als Führungsaufgabe zum Erhalt der Beschäftigungs- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens
- Mitarbeiterorientierte Personalpolitik und Personalmanagementstrategien an den Herausforderungen des demografischen Wandels ausrichten
- Säulen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements
- Modelle zur Bewältigung arbeitsbezogener Belastungen
- Ziele und ausgewählte Maßnahmen der Gesundheitsförderung
- Work-Life-Balance
- BGM: Planung und Controlling

Lehrmethoden:

Literatur:

Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen

Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms:: 10 ECTS von 120 ECTS = 8.33%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibungen	Kursübergreifend Modulklausur, 180 Min. (100%)

Kursnummer: MWHB01	Kursname: Risikomanagement für Leistungserbringer auf dem Gesundheitsmarkt	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung

Beschreibung des Kurses:

In der Gesundheitswirtschaft sind Tendenzen zu beobachten, mit denen sich Krankenanstalten, medizinische Institute und andere Leistungserbringer auseinandersetzen haben:

- Der medizinisch-technische Fortschritt weckt hohe Erwartungshaltungen.
- Gesetzgebung, erweiterte Haftungsregelungen und Rechtsprechung werden zunehmend kundenfreundlicher und führen zu mehr und zu größeren Schadenersatzforderungen und Entschädigungsbeträgen.
- Straf-, Haftpflicht und Zivilprozesse mit Beteiligung von Leistungserbringern aus dem Gesundheitsbereich stoßen auf großes Medieninteresse mit direkten Prozessschäden und Folgeschäden durch Imageschaden. Die wirtschaftlichen Folgen solcher Krisen können für Leistungserbringer in der Gesundheitswirtschaft auch bei ausreichender Versicherung des direkten Ereignisses durch Vertrauensverluste existenzbedrohend sein. Die Kenntnis der passenden Methoden der Risikoidentifikation und wirksamer Strategien der Risikobewältigung haben zum Ziel, potenzielle Komplikationen, Fehler, Schadensfälle und Haftpflichtansprüche zu erkennen, sie zu vermeiden oder zu vermindern.

Kursziele:

Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende

- das Risikomanagement methodisch und inhaltlich verstanden haben.
- Risiken in Organisationen und Prozessen der Gesundheitswirtschaft kennen und dokumentieren können.
- Grundlegende Risikobewertungen durchführen können.
- für Risikomanagement-Systeme den Bedarf erkennen, diese betreiben und bedarfsgerecht adaptieren können.
- die Anforderungen des Krisenmanagements, der Kommunikation und der Notfallplanung beherrschen und durch Erarbeitung von konkreten Lösungen durchführen können.
- den Einfluss des Risikomanagements auf die Sicherheit, Wettbewerbs- und Überlebensfähigkeit der Organisation weitervermitteln können.

Lehrmethoden:

Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Inhalte des Kurses:

1 Einführung in das Risikomanagement/besondere Berücksichtigung von Risiken im Gesundheitsmarkt

2 Methoden der Risikoidentifikation, Risikoanalyse und Risikobewertung

3 Gesetzliche Vorgaben und Systeme; Auszug von Melde- und Anzeigepflichten

5 Quantitative Auswertungen - Schadenstatistiken, Benchmarking

6 Critical Incidents Reporting Systems

7 Notfall- und Krisenmanagement

8 Risikobeurteilung (z .B. Top-down-Ansatz, Szenario-Analyse), Fraud & Corruption - ein besonderes Problem im Gesundheitswesen?

Literatur:

- Kaiser, T. (Hrsg.) (2007): Wettbewerbsvorteil Risikomanagement. Erfolgreiche Steuerung der Strategie-, Reputations- und operationellen Risiken. ESV, Berlin. ISBN-13: 978-3503100156.
- Klein, A. (2011): Risikomanagement und Risiko-Controlling. Haufe, Freiburg. ISBN-13: 978-3648019184.
- Vanini, U. (2012): Risikomanagement. Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis. Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791031262.

aktualisiert zum Kursbeginn über die Webplattformen

Prüfungsleistungen:

- Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Kursnummer: MWHB02-01	Kursname: Betriebliches Gesundheitsmanagement	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: Health Care Management A
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Gesunde, motivierte und leistungsfähige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmen. Die Berücksichtigung der Mitarbeiterinteressen steht beim betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) im Vordergrund. Um nachhaltig zu wirken, müssen diese als Wert in der Unternehmenskultur fest verankert sein. Wenn die Gesundheit jeder bzw. jedes Beschäftigten ein zentrales Ziel des Unternehmens ist, schafft es damit die Grundlage für Leistungsfähigkeit und Erfolg. Ziel kann es auch sein, Leistungsträger an das Unternehmen zu binden. Damit BGM nachhaltig zur Entwicklung des Unternehmens beiträgt, bedarf es somit einer mitarbeiterorientierten Personalpolitik. In diesem Kurs geht es um ausgesuchte Handlungsfelder aus dem BGM. Konkret geht es um die Frage, welche Möglichkeiten Unternehmen zur Verfügung stehen, ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so zu unterstützen, dass diese ihre Gesundheits- und Leistungspotentiale optimal nutzen können und damit ein besseres Wohlbefinden, höherer Zufriedenheit und stärkere Bindung an das Unternehmen entwickeln. Ansatzpunkte sind Arbeitsbedingungen, Arbeitsorganisation und individuelle Ressourcen im Umgang mit arbeitsbezogenen Belastungen.</p> <p>Mit einem Betrieblichen Gesundheitsmanagement unterstützen Unternehmen ihre Beschäftigten in effektiver Weise. Die Instrumente des gesetzlich verbindlichen Arbeitsschutzes, gekoppelt mit einer freiwilligen Betrieblichen Gesundheitsförderung, tragen in hohem Maße dazu bei, Belastungen frühzeitig zu erkennen und abzufedern.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) für das strategische Personalmanagement zu definieren. • das BGM methodisch und inhaltlich im Kontext der zukünftigen Anforderungen an das Unternehmensmanagement zu verstehen. • die theoretischen Grundlagen zu bezeichnen und konzeptionelle Ausgangspunkte zu beschreiben. • die Säulen des BGM darzustellen und begrifflich zu differenzieren. • unterschiedliche Modelle zur Vermeidung und Reduzierung von Belastungen zu erklären. • BGM zu planen und einen Handlungsablauf in einem konkreten Setting zu illustrieren. • BGM-Prozesse und -strukturen vor dem Hintergrund einer konkreten Zielsetzung zu analysieren. • die Wirksamkeit von BGM-Maßnahmen, -konzepten und -strategien zu evaluieren und kritisch zu argumentieren <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Mitarbeiterorientierte Personalpolitik: BGM als Unternehmensaufgabe</p> <p>1.1 Gesundheitsmanagement als unternehmerische Ausrichtung</p>		

1.2 Bindung statt Findung: Retention Management

1.3 BGM ist eine Führungs- und Unternehmensmanagement-Aufgabe

2. Anpassung von Personalmanagementstrategien an den demografischen Wandel

2.1 Altersstrukturanalysen in Organisationen

2.2 Alterssensible Personalentwicklung und Karriereplanung

2.3 Alterssensibles Gesundheitsmanagement und -führung

3. Säulen und Trends des Betrieblichen Gesundheitsmanagements

3.1 Drei Säulen des BGM

3.2 Entwicklungen und Trends im BGM

4. Zentrale Handlungsfelder für das BGM

4.1 Hauptfaktoren und Ansatzpunkte der BGM-Handlungsfelder

4.2 Zentrale Handlungsfelder im BGM

5. Work-Life-Balance

5.1 Begriff und Erfolgsfaktor für das Personalmanagement

5.2 Forschungsstand zur Work-Life-Balance

5.3 Maßnahmen zur Verbesserung der Work-Life-Balance

6. BGM: Voraussetzungen und Planung

6.1 Voraussetzungen für BGM

6.2 Strategie und Planung im BGM

7. Controlling und Evaluation von BGM

7.1 BGM-Controlling

7.2 Risikomanagement im BGM

7.3 Evaluation im BGM

Literatur:

- Badura, B./Walter, U./Hehlmann, T. (2009). Betriebliche Gesundheitspolitik. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg
- Hahnzog, S. (Hrsg.) (2014): Betriebliche Gesundheitsförderung. Das Praxishandbuch für den Mittelstand. Springer-Gabler, Wiesbaden
- Kaminski, M. (2013). Betriebliches Gesundheitsmanagement in der Praxis. Ein Leitfaden zur systematischen Umsetzung der DIN SPEC 91020. Springer-Gabler, Wiesbaden.
- Pfannstiel, M. A./Mehlich, H.(Hrsg.) (2016): Gesundheitsmanagement. Konzepte, Maßnahmen, Evaluation. Springer-Gabler, Wiesbaden.
- Uhle, T./ Treier, M. (2015): Betriebliches Gesundheitsmanagement. Gesundheitsförderung in der Arbeitswelt - Mitarbeiter einbinden, Prozesse gestalten, Erfolge messen. Springer Berlin/Heidelberg.
- Ulich, E./Wülser, M. (2015). Gesundheitsmanagement in Unternehmen. Arbeitspsychologische Perspektiven 6. Auflage, Springer, Wiesbaden

Und weitere Literatur: Siehe Studienskript.

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.):

150

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

Modul

**Seminar Medizin- und Pflegerecht
(DLMGSMPR)**

5 ECTS

Modulbezeichnung:	Seminar Medizin- und Pflegerecht	
Modulnummer: DLMGSMR	Semester: 2 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Pflicht	Regulär angeboten im: WS, SS	
Workload: 150 h	ECTS Punkte: 5 ECTS	
Zugangsvoraussetzungen: keine	Unterrichtssprache: Deutsch	
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">• Seminar Medizin- und Pflegerecht (DLMGSMR01)	Dauer: Selbststudium: 120 h Selbstüberprüfung: - Tutorien: 30 h	
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System	Modulverantwortliche(r): Dr. Thomas Neunert	
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none">• Master General Management• Master Soziale Arbeit	Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none">• Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarkts• Betriebliches Gesundheitsmanagement• Markt und Staat• Seminar gesellschaftliche Herausforderungen der Gesundheitspolitik• Wahlmodul Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege	
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none">• die Organisation des Gesundheitswesens in Deutschland darzustellen.• aktuelle Probleme der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherung zu verstehen, kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.• die Arznei-, Heil- und Hilfsmittelversorgung in Deutschland zu erläutern.• die Leistungserbringung in Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen unter trägerbezogenen, personellen und finanziellen Aspekten zusammenzufassen.• das Berufsrecht der Ärzte und Apotheker zu charakterisieren.• das Arzt-Patienten-Verhältnis zu erläutern sowie zwischen zivil- und strafrechtlicher Arzthaftung zu differenzieren.• Rechte und Pflichten von Heimbewohnern bzw. Patienten anhand von Urteilen zu analysieren und kritisch zu diskutieren.• unter Berücksichtigung medizinethischer Aspekte, das Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Patientenwohl zu bewerten.		
Lehrinhalt des Moduls:		

Das Seminar thematisiert den Aufbau des deutschen Gesundheitswesens, seine Akteure und ihre Probleme, im Spannungsfeld zwischen ökonomischen Zwängen und Patientenwohl. Es befasst sich außerdem mit der Gesundheitsversorgung der Bevölkerung und ethischen Aspekten des Medizin- und Pflegerechts.

Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Lehrmethoden:		
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms:: 5 ECTS von 120 ECTS = 4.17%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	DLMGSMPR01: Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit (100%)

Kursnummer: DLMGSMR01	Kursname: Seminar Medizin- und Pflegerecht	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Der Kurs „Medizin- und Pflegerecht“ beschäftigt sich mit rechtlichen Themen des Medizin- und Pflegesektors, thematisiert insbesondere rechtliche Gemeinsamkeiten, wesentliche Unterschiede und Konkurrenzen zwischen Organisationen und ausgewählten Akteuren. Er gewährt nicht nur einen Einblick in den Aufbau des deutschen Gesundheitswesens und seine aktuellen Probleme, sondern auch in die daraus resultierenden Probleme seiner Akteure. Diese werden aufgezeigt, erläutert und – auch unter ethischen Aspekten – diskutiert. Ergänzt wird der Kurs durch Fallstudien, wissenschaftliche Artikel und Urteile. Die Studierenden erlernen dabei, Themen kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren. Sie erlernen außerdem Texte selbstständig zu analysieren und ihre Erkenntnisse mit bereits bekanntem Fachwissen aus anderen Modulen bzw. ihrer Berufspraxis zu verknüpfen.</p> <p>Nach erfolgreichem Absolvieren des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Organisation des Gesundheitswesens in Deutschland darzustellen. • aktuelle Probleme der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherung zu verstehen, kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren. • die Arznei-, Heil- und Hilfsmittelversorgung in Deutschland zu erläutern. • die Leistungserbringung in Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen unter trägerbezogenen, personellen und finanziellen Aspekten zusammenzufassen. • das Berufsrecht der Ärzte und Apotheker zu charakterisieren und das Vertragsarztrecht zu beschreiben. • das Arzt-Patienten-Verhältnis zu erläutern sowie zwischen zivil- und strafrechtlicher Arzthaftung zu differenzieren, • Rechte und Pflichten von Heimbewohnern bzw. Patienten anhand von Urteilen zu analysieren und kritisch zu diskutieren. • unter Berücksichtigung medizinethischer Aspekte, das Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Patientenwohl zu bewerten sowie die Besonderheiten der Pflegeethik zu beschreiben. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien, und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>Nach einer Einführung in die Ursprünge und die Entwicklung des Gesundheitswesens in Deutschland setzen sich die Studierenden im Rahmen der Organisation des Gesundheitswesens mit ambulanter und stationärer Versorgung sowohl im medizinischen als auch im Pflegesektor auseinander. Speziell gehen die Studierenden auf die gesetzliche Krankenversicherung, als Teil des 5-säuligen Sozialversicherungssystems, ein, insbesondere auf ihre finanzielle Entwicklung und ihr Spannungsverhältnis zur gesetzlichen Pflegeversicherung. Der Kurs befasst sich daher nicht nur mit der Herstellung und Zulassung von Arzneimitteln, sondern auch mit ihrer Finanzierung, sowie der von Heil- und Hilfsmitteln durch die gesetzliche Krankenversicherung. Die Leistungserbringung in Krankenhäusern beleuchten die Studierenden unter Finanzierungsaspekten durch die gesetzliche Krankenversicherung, aber auch unter personellen und vertraglichen Gesichtspunkten. Erarbeitet wird außerdem das Berufsrecht der Ärzte und Apotheker, insbesondere in Bezug</p>		

auf Zugang, Stellung, berufliche Pflichten und standesrechtliche Organisation; eine ausführliche Darstellung erfährt das Vertragsarztsystem. Kursinhalt ist auch das Arzt-Patientenverhältnis, das die Studierenden sich vorrangig unter den Aspekten wechselseitiger Verpflichtungen, sowie zivil- und strafrechtlicher Arzthaftung erschließen und das eng mit Patientenrechten in Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen verbunden ist. Abschließend setzen sich die Studierenden mit Medizin- und Pflegeethik, insbesondere im Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Patientenwohl auseinander.

Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine Seminararbeit erstellen. Mögliche Seminararbeitsthemen sind:

- Entwicklung und Verortung des Gesundheitswesens in Deutschland
- Organisation des Gesundheitswesens in Deutschland
- Das Recht der gesetzlichen Krankenversicherung
- Arzneimittelrecht
- Heil- und Hilfsmittelrecht in der Gesetzlichen Krankenversicherung
- Leistungserbringung in Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen
- Berufsrecht der Ärzte und Apotheker
- Vertragsarztrecht
- Rechtsbeziehungen zwischen Ärzten und Patienten
- Patientenrechte
- Medizin- und Pflegeethik

Literatur:

- Bergmann K.O., Pauge B., Steinmeyer, H.-D. (2018): Gesamtes Medizinrecht, 3. Auflage, Nomos, Baden-Baden, ISBN 978-3- 8487-2318-8
- Janda, C. (2016): Medizinrecht, 3. Auflage, UVK, Konstanz und München, ISBN 978-3-8252-4598-6
- Kröll, R. (2017): Das europäische Arzneimittelrecht. Zentrale Rechtsfragen des Arzneimittelzulassungsverfahrens, 1. Auflage, Springer, Wiesbaden, ISBN 978-3-658-17202-2
- Maio, G. (2017): Mittelpunkt Mensch. Lehrbuch der Ethik in der Medizin. Mit einer Einführung in die Ethik der Pflege, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, Schattauer, Stuttgart, ISBN 978-3-7945-3066-3
- Weiß, T. (2016): Recht in der Pflege. Lernen, Verstehen, Anwenden, 2. Auflage, C.H.Beck, München, ISBN 978-3-406-66517-2

Prüfungsleistungen:

Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 120
Selbstüberprüfung (in Std.): -
Tutorien (in Std.): 30

Modul

**Methoden des Projektmanagements
(DLMSAPMG)**

5 ECTS

Modulbezeichnung:	Methoden des Projektmanagements	
Modulnummer: DLMSAPMG	Semester: 2 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">Methoden des Projektmanagements (MWPT01)		Dauer: Selbststudium: 90 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 30 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Ralf Kneuper
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none">MBA 90Master MarketingmanagementMaster PersonalmanagementMaster of Science WirtschaftsinformatikMaster Soziale Arbeit		Bezüge zu anderen Modulen im Programm:
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Das Modul zielt ab auf den Erwerb fundierter Kenntnisse von Projektmanagementmethodik und ihre Anwendung zum erfolgreichen Management eines Projektes. Es vermittelt die Prozesse des Projektmanagements und sensibilisiert für Aufgaben und Herausforderungen der Projektarbeit in den unterschiedlichen Projektphasen bis hin zu den Besonderheiten des Portfolio-, Multiprojekt-, und Programmmanagements.		
Lehrinhalt des Moduls: <ul style="list-style-type: none">Theoretische Grundlagen des ProjektmanagementsMethoden des Projektmanagements (DIN 69901, IPMA/GPM, PRINCE2, PMBOK Guide, V-Modell, Scrum)Multiprojektmanagement und ProjektportfoliomanagementKlassifizierung kritischer Erfolgsfaktoren		
Lehrmethoden:		
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms:: 5 ECTS von 120 ECTS = 4.17%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	Klausur, 90 Min. (100 %)

Kursnummer: MWPT01	Kursname: Methoden des Projektmanagements	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht, Wahlpflicht Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung

Beschreibung des Kurses:

Den Schwerpunkt des Kurses bilden die theoretischen Grundlagen des Projektmanagements. Nach einer Definition des Projektmanagements und seiner Abgrenzung zum Linienmanagement werden die organisationstheoretischen Aspekte von Projekten und deren Auswirkungen auf das Management betrachtet. Danach werden den Teilnehmern die gängigen Methoden des Projektmanagements (DIN 69901, IPMA/GPM, PRINCE2, PMBOK Guide, V-Modell, Scrum) und ihre Einsatzmöglichkeiten vorgestellt.

Nach dieser Einführung in die Grundlagen der Projektmanagementmethoden wird das in internationalen Unternehmen häufig anzutreffende Multiprojektmanagement mit seinen spezifischen Herausforderungen betrachtet. Eng verbunden mit dem Multiprojektmanagement ist das Projektportfoliomanagement. Die Teilnehmer erfahren, welche Instrumente und Prozesse zur Abstimmung und Steuerung eines Projektportfolios zum Einsatz kommen.

Ergänzend zu den formalen Werkzeugen und Methoden, den sogenannten harten Faktoren, werden auch Methoden zum Einsatz der weichen Faktoren, die wesentlich zum Projekterfolg beitragen, kurz dargestellt. Dazu zählen z. B. Teamaufstellung für Workshops bzw. das Projektteam, Führung eines Projektteams, Management der Erwartungen von Führungskräften in Steuerkreisen, strukturiertes Aufbereiten von Entscheidungen, Konfliktlösungsstrategien und Projektkommunikation. Abschließend werden die kritischen Erfolgsfaktoren von Projekten zusammenfassend reflektiert.

Kursziele:

Nach erfolgreicher Teilnahme kennen die Studierenden die harten und weichen Erfolgsfaktoren des Projektmanagements. Sie haben einen theoretischen Überblick über die Methoden und Werkzeuge des Projektmanagements.

Lehrmethoden:

Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Inhalt des Kurses:

1. Einführung in das Projektmanagement

1.1 Das Projekt

1.2 Das Projektmanagement

2. Gesamt- und einzelwirtschaftliche Aspekte der Projektwirtschaft

2.1 Entwicklung und Stand der Projektwirtschaft

2.2 Grundfragen der Projektwirtschaft im Unternehmen

3. Das Projektmanagementsystem

3.1 Modelle für Projektmanagementsysteme

3.2 Die Beurteilung von Projektmanagementsystemen

4. Normen, Standards und Methoden

4.1 Normen und Standards

4.2 Projektmanagementmethoden

5. Projektorganisation

5.1 Beteiligte und Instanzen

5.2 Grundformen der Projektorganisation

6. Projektportfoliomanagement

6.1 Multiprojekt-/Projektportfoliomanagement

6.2 Phasenmodell des Projektportfolios

Literatur:

- Bergmann, R. (2008): Organisation und Projektmanagement. Physica, Heidelberg. ISBN-13: 978-3790820171.
- Borgert, S. (2012): Holistisches Projektmanagement. Vom Umgang mit Menschen, Systemen und Veränderung. Springer, Berlin. ISBN-13: 978-3642257018.
- Huber, A./Kuhnt, B./Diener, M. (2011): Projektmanagement. Erfolgreicher Umgang mit Soft Factors. Vdf Hochschulverlag, Zürich. ISBN-13: 978-3728132437.
- Kerzner, H. (2008): Projektmanagement. Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung. 2. Auflage, mitp, Frechen. ISBN-13: 978-3826616662.
- Majer, C./Stabauer, L. (2010): Social Competence im Projektmanagement. Projektteams führen, entwickeln, motivieren. Goldegg, Wien. ISBN-13: 978-3902729316.
- Project Management Institute (PMI) (Hrsg.) (2013): A Guide to the Project Management Body of Knowledge. 5. Auflage, PMI, Newton (PA). ISBN-13: 978-1935589679.
- Spitzcok, N./Vollmer, G. (2010): Pragmatisches IT-Projektmanagement. Softwareentwicklungsprojekte auf Basis des PMBOK Guide führen. dpunkt.verlag, Heidelberg. ISBN-13: 978-3898646512.
- Tiemeyer, E. (Hrsg.) (2010): Handbuch IT-Projektmanagement. Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices. Hanser, München. ISBN-13: 978-3446421929.

Prüfungsleistungen:

- Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Modul

Markt und Staat (DLMVOL)

5 ECTS

Modulbezeichnung:	Markt und Staat	
Modulnummer: DLMVOL	Semester: 2 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">• Markt und Staat (MVOL01)		Dauer: Selbststudium: 90 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 30 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Michael Grömling
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none">• Master General Management• Master of Business Administration		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: keine
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none">• die konstitutiven Merkmale alternativer Wirtschaftsordnungen zu benennen und im Hinblick auf marktwirtschaftliche Systeme die Grenzen dieser Systeme eigenständig einzuschätzen können.• Eingriffstatbestände in marktwirtschaftliche Systeme eigenständig zu bewerten und sich mit den daraus resultierenden Eingriffsnotwendigkeiten selbstständig auseinanderzusetzen.• bereits beobachtbare Markteingriffe zu analysieren und zu bewerten sowie eigene Lösungsalternativen zu synthetisieren.		
Lehrinhalt des Moduls: <ul style="list-style-type: none">• Ordnungspolitische Grundlegung• Funktionsdefizite des Marktes• Staatliche Aktivität im marktwirtschaftlichen System		
Lehrmethoden:		
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	

Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms:: 5 ECTS von 120 ECTS = 4.17%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	MVOL0101: Klausur, 90 Min. (100%)

Kursnummer: MVOL01	Kursname: Markt und Staat	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht, Wahlpflicht Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>In diesem Kurs wird das Verhältnis von Markt und Staat thematisiert und auf unterschiedlichen Ebenen kritisch hinterfragt. Hierzu erfolgt zunächst eine grundsätzliche Darstellung der beiden unterschiedlichen Ordnungsprinzipien Markt und Staat, ehe – basierend auf einer grundsätzlichen Entscheidung zugunsten marktwirtschaftlicher Systeme – auf die Eingriffsnotwendigkeiten in eben diese Systeme eingegangen wird. Hierzu wird noch einmal kurz das Konzept des Marktversagens analysiert und kritisch hinterfragt. Darauf aufbauend wird unter enger Bezugnahme auf die in der Bundesrepublik Deutschland postulierte ordnungspolitische Konzeption der Sozialen Marktwirtschaft analysiert, wann Staatseingriffe in diese Wirtschaftsordnung zulässig sind. Daran schließt sich eine Untersuchung des Instrumentariums zur Korrektur der Regulierungsinstrumente und anderer wirtschafts- und sozialpolitischer Eingriffe an.</p> <p>Darauf aufbauend werden ausgewählte Eingriffsbereiche analysiert und hinsichtlich ihrer Wirkungsweise kritisch hinterfragt.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die konstitutiven Merkmale alternativer Wirtschaftsordnungen zu benennen und im Hinblick auf marktwirtschaftliche Systeme die Grenzen dieser Systeme eigenständig einzuschätzen können. • Eingriffstatbestände in marktwirtschaftliche Systeme eigenständig zu bewerten und sich mit den daraus resultierenden Eingriffsnotwendigkeiten selbstständig auseinanderzusetzen. • bereits beobachtbare Markteingriffe zu analysieren und zu bewerten sowie eigene Lösungsalternativen zu synthetisieren. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Ordnungswirtschaftliche Grundlagen</p> <p>1.1 Wirtschaftssystem und Wirtschaftsordnung 1.2 Koordinationsproblem und Denken in Ordnungen 1.3 Die Teilordnungen des Wirtschaftssystems und ihre Interdependenz</p> <p>2. Grundzüge der marktwirtschaftlichen Ordnung</p> <p>2.1 Ordnungspolitische Grundentscheidung für die Marktwirtschaft</p>		

2.2 Konstituierende Prinzipien

2.3 Regulierende Prinzipien

3. Grundzüge der Sozialen Marktwirtschaft

3.1 Historischer Hintergrund und Entwicklung

3.2 Das Leitbild

3.3 Das konkrete Wirtschaftssystem

4. Staatliche Aktivität in der Marktwirtschaft

4.1 Konstitutive Grundlagen staatlichen Handelns

4.2 Marktversagen als Begründung staatlicher Eingriffe

4.3 Mehrheitsbeschluss als Legitimation staatlicher Eingriffe

5. Grundprinzipien staatlicher Eingriffe

5.1 Zielkonformität

5.2 Paretoeffizienz als Referenzmaßstab?

5.3 Ordnungskonformität und Subsidiarität

6. Korrekturbedarf bei allokativem Marktversagen

6.1 Externe Effekte

6.2 Marktmacht und Unteilbarkeit

6.3 Kollektiv- und Mischgüter

6.4 Andere Marktunvollkommenheiten

7. Staatliche Eingriffe bei allokativem Marktversagen

7.1 Ziele und Maßnahmen im Überblick

7.2 Regulierungen, fiskalische Lenkung und Zertifikathandel

7.3 Verhandlungslösungen und kollektive Bereitstellung

8. Sozialpolitische und meritorische Staatseingriffe

8.1 Grundlagen der Sozialpolitik

8.2 Ausgewählte Felder der Sozialpolitik

8.3 Zur Problematik meritorischer Eingriffe

Literatur:

- Borrmann, J./Finsinger, J. (1999): Markt und Regulierung. Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800624713.
- Eucken, W. (2008): Grundsätze der Wirtschaftspolitik. 7. Auflage, UTB, Tübingen. ISBN-13: 978-3825215729.
- Fritsch, M./Wein, T./Ewers, H.-J. (2007): Marktversagen und Wirtschaftspolitik. 7. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800634620.
- Knieps, G. (2008): Wettbewerbsökonomie. Regulierungstheorie, Industrieökonomie, Wettbewerbspolitik. 3. Auflage, Springer, Heidelberg et al. ISBN-13: 978-3540783480.
- Lampert, H./Althammer, J. (2007), Lehrbuch der Sozialpolitik, 7. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg/New York, ISBN 978-3540208402.
- Müller-Armack, A. (1990): Wirtschaftslenkung und Marktwirtschaft. Kastell, München. ISBN-13: 978-3924592288.
- Thuy, P. (1999): Sozialstaatsprinzip und Marktwirtschaft. Haupt, Bern/Stuttgart/Wien. ISBN-13: 978-3258060712.

Prüfungsleistungen:

- Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

Modul

**Digitale Business-Modelle
(DLMIDBM)**

5 ECTS

Modulbezeichnung:	Digitale Business-Modelle	
Modulnummer: DLMIDBM	Semester: 2 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">Digitale Business-Modelle (DLMIDBM01)		Dauer: Selbststudium: 90 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 30 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Tobias Brückmann
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none">Master Marketingmanagement, MMM-60Master Wirtschaftsinformatik, MWINF-60		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: keine
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Die Entwicklung des World Wide Web (WWW) hat die Märkte, Geschäftswelt wie unsere Gesellschaft radikal verändert. Transaktionszyklen werden verkürzt, Marktreichweite und -transparenz werden gesteigert und Kostenstrukturen deutlich reduziert und vereinfacht. Neue Geschäftsmodelle in der digitalen Welt werden zu direkten Wettbewerbern klassischer etablierter Geschäftsmodelle, Information wird zu einem Produktionsfaktor, der den Wert physischer Produkte häufig übersteigt. Vor diesem Hintergrund ist ein tiefes Verständnis der neu entstehenden Geschäftsmodelle der digitalen Welt von großer Bedeutung. Erst wenn die Vor- und Nachteile der neuen digitalen Business-Modelle kritisch gewürdigt und verstanden wurden, können Manager eigene Geschäftsideen und -modelle entwickeln, deren Finanzierungsmöglichkeiten prüfen und dezidiert einen erfolgsversprechenden Business-Plan erstellen. Im Rahmen dieses Moduls werden die entsprechenden Kenntnisse vermittelt und an relevanten Praxisbeispielen verdeutlicht.		
Lehrinhalt des Moduls: <ul style="list-style-type: none">Geschichte und Erfolgsfaktoren des Digital BusinessTrends im Digital BusinessKenntnis und Bewertung alternativer Geschäftsmodelle im Digital BusinessVorgehen zur Erarbeitung der strategischen Unternehmenspositionierung im Digital BusinessKenntnis alternativer FinanzierungsmodelleZiele und Vorgehen zur Erstellung des Business Plans für Digitale Business Modelle		
Lehrmethoden:	Studienhefte, Übungsaufgaben, Video-Vorlesungen, Online-Tutorien	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	

Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms:: 5 ECTS von 120 ECTS = 4.17%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung(en)	Modulklausur, 90 Min. (100 %)

Kursnummer: DLMIDBM01	Kursname: Digitale Business-Modelle	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>IT-getriebene Unternehmensgründungen und Geschäftsmodelle sind Gegenstand des Kurses „Digitale Business-Modelle“. Ausgehend von der Diskussion der historischen Entwicklung und der Rahmenbedingungen des Digital Business werden alternative Geschäftsmodelle im Digital Business systematisch dargestellt und hinsichtlich der jeweiligen Stärken- und Schwächen analysiert sowie bewertet. Die Studierenden lernen die zentralen Ansätze zur Entwicklung einer eigenständigen Unternehmenspositionierung und werden in die Lage versetzt, eigenständig die zentralen Einflussfaktoren auf den Unternehmenserfolg im digitalen Business zu prüfen und zu bewerten. Abschließend werden alternative Finanzierungskonzepte für digitale Geschäftsmodelle dargestellt und kritisch gewürdigt sowie die zentralen Bestandteile eines Business Plans detailliert. Darüber hinaus wird der gesamte Prozess zur Erstellung und Definition eines Business Plans im Detail dargestellt und an Praxisbeispielen erprobt.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Geschichte und Rahmenbedingungen digitaler Business Modelle kennen. • Grundzüge des Innovationsmanagements verstehen. • unterschiedliche Geschäftsmodelle der digitalen Wirtschaft kennen, verstehen und deren Vor- und Nachteile bewerten können. • die Grundlagen der strategischen und operativen Business-Modell-Planung im E-Commerce verstehen. • in der Lage sein, eigenständig einen Business-Plan für ein digitales Business-Modell erstellen zu können. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1 Rahmenbedingungen und Kernbegriffe des digitalen Business</p> <p>1.1 Grundbegriffe des Innovationsmanagements</p> <p>1.2 Historische Entwicklung der digitalen Business Modelle</p> <p>1.3 Aktuelle Rahmenbedingungen im E-Commerce</p> <p>1.4 Kernbegriffe des Digital Business</p> <p>1.5 Ausblick: Trends und Entwicklungsperspektiven</p> <p>2 B2C- und B2B-Geschäftsmodelle im Digital Business</p> <p>2.1 Ziele und Strategien im Digital Business</p> <p>2.2 Anspruchs- und Zielgruppen des Digital Business</p> <p>2.3 Einfache Digital Business Modelle</p> <p>2.4 Komplexe Digital Business Modelle</p>		

2.5 Diskussion und Bewertung alternativer Praxisbeispiele

3 Positionierungsansätze im Digital Business

3.1 Erfolgsfaktoren im Digital Business

3.2 Ansätze und Konzepte zur Strategieidentifikation

3.3 Analyse des On- und Offline-Wettbewerbsumfelds

3.4 Beurteilung der relevanten Zielgruppen und ihrer Bedürfnisse

3.5 Analyse rechtlicher-, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen

3.6 Zusammenführung: Business-Modell-Positionierung

4 Erstellung des Business-Plans für Digital Business

4.1 Alternative Finanzierungskonzepte im Digital Business

4.2 Zentrale Anforderungen und Ziele des Business Plans

4.3 Wesentliche Elemente des Business Plans und Vorgehen zur Erstellung

5 Zusammenfassung und Diskussion künftiger Entwicklungen im Digital Business

Literatur:

- Ahmed, P. K./Shepherd, C. D. (2010): Innovation Management. Context, strategies, systems and processes. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-0273683764.
- Bagusat, A./Hermanns, A. (2008): E-Marketing Management. Grundlagen und Prozesse für Business-to-Consumer-Märkte. Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800634231.
- Böhm, S. (2004): Innovationsmarketing für UMTS-Dienstangebote. DUV/Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3824479979.
- Brynjolfsson, E./Hu, J. Yu/Smith, M. D. (2006): From Niches to Riches: Anatomy of the Long Tail. In: Sloan Management Review, 47. Jg., Heft 4, S. 67-71.
- Brynjolfsson, E./Smith M. D. (2000): Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers. In: Management Science, 46. Jg., Heft 4, S. 563-585.
- Brynjolfsson, E./Hu, J. Yu/Rahman, M. (2009): Battle of the Retail Channels: How Product Selection and Geography Drive Cross-Channel Competition. In: Management Science, 55. Jg., Heft 11, S. 1755-1765.
- Bullinger, H.-J. (2012): Einführung in das Technologiemanagement. Modelle, Methoden, Praxisbeispiele. Vieweg+Teubner, Stuttgart. ISBN-13: 978-3322848598.
- Chaffey, D./Ellis-Chadwick, F. (2012): Digital Marketing. Strategy, Implementation and Practice. 5. Auflage, Pearson Education, London. ISBN-13: 978-0273746102.
- Hanson, W./Kalyanam, K. (2007): Internet Marketing and e-Commerce. 2. Auflage, Cengage, Boston. ISBN-13: 978-0324074772.
- Laudon, K./Traver, C. G. (2011). E-Commerce. 7. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-0201748154.
- Lynch, J./Ariely, D. (2000): Wine Online: Search Costs and Competition on Price, Quality, and Distribution. In: Marketing Science, 19. Jg., Heft 1, S. 83-103.
- Meier, A./Stormer, H. (2009). eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. 2. Auflage, Springer, Berlin. ISBN-13: 978-3642100390.
- Varian, H. (2000): When Commerce Moves Online, Competition Can Work in Strange Ways. In: New York Times vom 24. August 2000.

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

Semester 3

Modul

**Gesellschaftliche
Herausforderungen und
Gesundheitspolitik (DLMGSGHG)**

5 ECTS

Modulbezeichnung:	Gesellschaftliche Herausforderungen und Gesundheitspolitik	
Modulnummer: DLMGSGHG	Semester: 3 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen und Gesundheitspolitik (DLMGSGHG01) 		Dauer: Selbststudium: 120 h Selbstüberprüfung: - Tutorien: 30 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Thomas Neunert
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master General Management • Master Business Administration 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Seminar Medizin- und Pflegerecht • Vertiefungen
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • Akteure, Wesen und Ziele der Gesundheitspolitik zu definieren. • soziokulturelle Wandlungsprozesse, die einen maßgeblichen Einfluss auf politische Überzeugungen, Debatten und Gesetzgebungsverfahren in der Gesundheitspolitik haben zu erkennen. • ökonomische Entwicklungen und Fortschritte an der Schnittstelle von Medizin, Life Sciences und Technik, die einen maßgeblichen Einfluss auf politische Überzeugungen, Debatten und Gesetzgebungsverfahren in der Gesundheitspolitik zu erkennen. • ethische Fragen und moralische Implikationen für Debatten und Gesetzgebungsverfahren in der Gesundheitspolitik zu thematisieren. • gesundheitspolitische Standpunkte unterschiedlichen Akteuren zuzuordnen, zu reflektieren und begründet eigene einzunehmen. 		
Lehrinhalt des Moduls:		

Die Gesundheitspolitik, ihre Definition, ihre Zielsetzung und vor allem, wer sie auf den parlamentarischen Ebenen der Gesetzgebung gestaltet, wer Sie außerparlamentarisch im Rahmen der sogenannten Freien Selbstverwaltung beeinflusst und regelt und wie weitere Akteure, zum Beispiel Berufsverbände, Patientenbünde und Kammern mitbestimmen ist die inhaltliche Klammer dieses Modules und des Kurses. In ihr werden soziokulturelle Aspekte und Entwicklungen, die Akteure und die Gesundheitspolitik formen, thematisiert, ökonomische Entwicklungen und der technische Fortschritt als Objekt und in ihrer Wirkung auf Gesundheitspolitik analysiert sowie sich daraus ergebende ethische Fragestellungen und deren moralische Implikationen diskutiert. Nach der Betrachtung soziokultureller, ökonomisch-technischer und die ethisch-moralischer Perspektiven werden die jeweiligen beruflichen und sozialen Hintergründe der am gesundheitspolitischen Diskurs Teilnehmenden reflektiert und in der Debatte verortet.

Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Lehrmethoden:		
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms:: 5 ECTS von 120 ECTS = 4.17%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	DLMGSGHG01: <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit (100%) • Präsentation (bestanden/nicht bestanden)

Kursnummer: DLMGSGHG01	Kursname: Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen und Gesundheitspolitik	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Die Studierenden lernen gesundheitspolitische Akteure sowie ihre sektorale und institutionelle Verortung kennen und sind in der Lage, Gesundheitspolitik in Abgrenzung zu anderen Politikbereichen und vor dem Hintergrund des Konzepts der freien Selbstverwaltung und der Gesetzeslage zu definieren. Auf dieser Grundlage erwerben die Studierenden an ausgewählten Beispielen Kenntnisse über zentrale – die Gesundheitspolitik und Gesetzgebung bestimmenden – Wandlungsprozesse und Entwicklungen; dies zum einen aus soziokultureller Perspektive, zum anderen aus der des medizinischen und technischen Fortschritts. Sie eignen sich im Weiteren eine Grundkompetenz im Blick auf ethische Fragen und moralische Implikationen bei entsprechenden Managemententscheidungen an. Dies mündet in exemplarischen fallbasierten Betrachtungen, die anregen, ausgewogene Bewertungen von Fremdmeinungen im politischen Diskurs vorzunehmen und eigene gesundheitspolitische Standpunkte fundiert zu vertreten.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Absolvieren des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Akteure, Wesen und Ziele der Gesundheitspolitik zu definieren. • soziokulturelle Wandlungsprozesse, die einen maßgeblichen Einfluss auf politische Überzeugungen, Debatten und Gesetzgebungsverfahren in der Gesundheitspolitik haben zu erkennen. • ökonomische Entwicklungen und Fortschritte an der Schnittstelle von Medizin, Life Sciences und Technik, die einen maßgeblichen Einfluss auf politische Überzeugungen, Debatten und Gesetzgebungsverfahren in der Gesundheitspolitik zu erkennen. • ethische Fragen und moralische Implikationen für Debatten und Gesetzgebungsverfahren in der Gesundheitspolitik zu thematisieren. • gesundheitspolitische Standpunkte unterschiedlichen Akteuren zuzuordnen, zu reflektieren und begründet eigene einzunehmen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien, und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>Nach einer begrifflichen Klärung und Eingrenzung der deutschen Gesundheitspolitik als Oberthema werden in einem ersten Schritt Wesen und Organe der Freien Selbstverwaltung geklärt, also die Rolle von Kammern und Berufsverbänden erläutert. Darauf aufbauend wird die Gesundheitspolitik als Staatsaufgabe in den Blick genommen und geklärt, inwieweit Bund, Länder und Kommunen „trotz“ Freier Selbstverwaltung in Deutschland genau welche hoheitlichen Aufgaben haben. Darüber hinaus wird geklärt, welchen Einfluss Parteien, Gewerkschaften, Patientenbünde, Kirchen und andere Gruppen und Verbände auf Konzeptionierung und Steuerung der Gesundheitspolitik haben. In einem zweiten Schritt werden die soziokulturellen Entwicklungen in den Blick genommen, die einen wesentlichen Einfluss auf die Ausgestaltung der Gesundheitspolitik in Deutschland haben. Hierbei werden der demografische Wandel und sich ändernde Versorgungsstrukturen vor dem Hintergrund einer alternden Gesellschaft dargelegt. Zudem wird einzeln auf den Einfluss durch</p>		

Individualisierung und Gender Mainstreaming, Migrationsbewegungen und sich dadurch ändernde gesellschaftliche Ansprüche und Bedarfe in Bezug auf die Regelung von Gesundheitsdienstleistungen und Angebotsportfolios auf Seiten staatlicher Versorgung eingegangen. Des Weiteren wird auf den Effekt des Rückzuges der Kirchen im Zuge der Säkularisierung eingegangen und der Frage nachgegangen, wer (noch) inwieweit für die Beachtung der christlichen Präambel im Grundgesetz im Rahmen gesundheitspolitischer Debatten eintritt. Nicht zuletzt wird der Internationalisierung Aufmerksamkeit gewidmet, die durch global agierende Gesundheitskonzerne, Gesundheitstourismus, Telehealth u. a. gesundheitspolitische Entscheidungen im wachsenden Maße mitbestimmt.

In einem dritten Schritt werden die ökonomischen Entwicklungen fokussiert. Neben wirtschaftlichen Fragestellungen werden auch technische und wissenschaftliche Entwicklungen mit Wirkungen auf den Medizinmarkt und damit den Regulierungsbedarf durch Gesundheitspolitik diskursiv aufgegriffen. Hierbei steht vor allem die Frage, in welchem Maße der Gesundheitspolitik auf der Grundlage des Konzepts der Sozialen Marktwirtschaft und Gesundheit als meritorischem Gut eine Regelungsaufgabe zukommt und/oder vor dem Hintergrund von Wirtschaftlichkeitsgebot in der Sozialversicherung und Ausgabenbegrenzung auf Seiten des Staatshaushaltes zukommen sollte. Dies führt über zu den ethischen-moralischen Prämissen, die die Gesundheitspolitik in Deutschland formen. Die Frage, ob Medizinisches Handeln auf der Grundlage des Hippokratischen Eides oder neuer, anderer moralischer Handlungsmaximen fußen sollte und inwieweit soziokulturelle Wandlungen auch die Debatten um Konfliktthemen in Medizin und Life Sciences wie die Sterbehilfe, die Neuregelung des § 218, die Organspendesituation und Gentechnik neu justieren. Damit diese Diskussionsgegenstände und -linien nachvollzogen werden können, bedarf es der Klärung der Hintergründe derer, die der Gesundheitspolitik als Akteure ihre Richtung geben. Es geht darum, die Unterschiede der Standpunkte vor dem Hintergrund (berufs-)politischer und sozialer Prägung deutlich zu machen. Die Studierenden sind gefordert, die Positionen richtig zu verorten, sie kritisch zu reflektieren und eigene Meinungen als zukünftige Mitgestaltende der Gesundheitspolitik zu bilden.

Literatur:

- Knieps, F. (2017): Gesundheitspolitik: Akteure, Aufgaben, Lösungen. MWV, Berlin. ISBN-13: 9783954663194
- Reiners, H., Knieps, F. (2015) Gesundheitspolitik: Geschichte, Intentionen, Konfliktlinien. Hogrefe, Göttingen. ISBN-13: 9783456854335
- Rosenbrock, R./Gerlinger, T. (2014): Gesundheitspolitik. Hogrefe, Göttingen. ISBN-13: 9783456849911
- Bührlen, B. et. al. (2014): Gesundheit neu denken Fragen und Antworten für ein Gesundheitssystem von morgen. URL: <https://www.fraunhofer.de/content/dam/zv/de/Forschungsfelder/Umwelt-Gesundheit/Gesundheit-neu-denken.pdf>

Prüfungsleistungen:

- Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit
- Präsentation (bestanden / nicht bestanden)

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 120
Selbstüberprüfung (in Std.): -
Tutorien (in Std.): 30

Modul

Wahlmodul Digitalisierung in Medizin und Pflege (DLMGWDIMP)

10 ECTS

Modulbezeichnung:	Wahlmodul Digitalisierung in Medizin und Pflege	
Modulnummer: DLMGWDIMP	Semester: 3 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Digitalisierung in Medizin und Pflege (DLMGWDIMP01) • Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege (DLMGWDIMP02) 		Dauer: Selbststudium: 210 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 60 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Thomas Neunert
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master of Business Administration • Master Marketingmanagement • Master Personalmanagement • Master of Science Wirtschaftsinformatik 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Business-Modelle
<p>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</p> <p>Digitalisierung in Medizin und Pflege: Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden Begriffe und Konzepte der Digitalisierung zu erklären. • die Prinzipien und Wirkweisen von digitalen Transformationen zu verstehen. • aktuelle Technologien und Digitalisierungsprozesse aus Medizin und Pflege zu beschreiben. • eigene Ideen und Gestaltungsansätze für Digitalisierungsprojekte zu entwickeln. • die ethischen Probleme von digitalen Transformationen zu bestimmen. • die Herausforderungen und Risiken von Digitalisierungsprozessen zu beurteilen. <p>Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege: Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine Fragestellung der Digitalisierung aus verschiedenen Standpunkten bzw. Sichtweisen zu beurteilen. • nach wissenschaftlichen Grundsätzen eine systematische Literaturrecherche durchzuführen. • eine wissenschaftliche Arbeit nach formalen und methodischen Kriterien zu verfassen. • verschiedene, aktuelle Fragestellungen der digitalen Transformation in Medizin und Pflege zu benennen. • die unterschiedlichen Auswirkungen und Veränderungen durch Digitalisierungsprozesse in Medizin und Pflege gegenüberzustellen. 		
Lehrinhalt des Moduls:		

Digitalisierung in Medizin und Pflege:

- Begriffe, Konzepte und Beispiele der Digitalisierung im Gesundheits- und Sozialwesen
- Gestaltungsansätze für Digitalisierungsprojekte
- Ethische Betrachtung von Digitalisierungsprozessen
- Herausforderungen und Risiken digitaler Transformationen

Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege:

In diesem Kurs soll eine kritische Betrachtung aktueller Themen und Trends in Bezug auf die Digitalisierung von Prozessen in Medizin und Pflege erfolgen.

Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Lehrmethoden:		
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms:: 10 ECTS von 120 ECTS = 8.33%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibungen	<ul style="list-style-type: none">• DLMGWDIMP01: Klausur 90 Min. (50%)• DLMGWDIMP02: Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit (50%)

Kursnummer: DLMGWDIMP01	Kursname: Digitalisierung in Medizin und Pflege	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Dieser Kurs setzt sich mit der Digitalisierung und den damit verbundenen Veränderungen in den Prozessen der medizinischen und pflegerischen Versorgung auseinander. In einer Einführung werden zunächst die wichtigsten Begriffe und Konzepte der Digitalisierung erklärt, um anschließend die unterschiedlichen Auswirkungen und Bewertungsmöglichkeiten von digitalen Wandlungsprozessen aufzuzeigen.</p> <p>Anschließend werden aktuelle Beispiele und Trends der Digitalisierung aus medizinischer und pflegerischer Versorgungspraxis behandelt, z. B. OP-Roboter und medizinische Unterstützungssysteme sowie assistive Technologien. Dabei wird in Exkursen gezielt auf die informationstechnischen Hintergründe von digitalen Technologien eingegangen, z. B. autonome Systeme und künstliche Intelligenzen. Im nächsten Schritt werden Wege aufgezeigt, wie Digitalisierungsprozesse in Medizin und Pflege erfolgreich gestaltet werden können. Schwerpunktmäßig werden hierbei die Bereiche Informations- und Kommunikationsmanagement, Personalentwicklung und Wissensmanagement betrachtet.</p> <p>Abschließend werden die ethischen Herausforderungen von digitalen Transformationsprozessen untersucht, die derzeit (noch) ungelöste rechtliche Probleme mit sich bringen (z. B. Haftungsrecht). Ebenso wird reflektiert, welche Rolle der Mensch (als Bürger, Patient oder Mitarbeiter) in einem digitalen Gesundheits- und Sozialwesen hat und welche Risiken und Herausforderungen hinsichtlich Daten- und Informationssicherheit sowie Datenschutz als auch Transparenz und Kontrolle von Algorithmen festzustellen sind.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden Begriffe und Konzepte der Digitalisierung zu erklären. • die Prinzipien und Wirkweisen von digitalen Transformationen zu verstehen. • aktuelle Technologien und Digitalisierungsprozesse aus Medizin und Pflege zu beschreiben. • eigene Ideen und Gestaltungsansätze für Digitalisierungsprojekte zu entwickeln. • die ethischen Probleme von digitalen Transformationen zu bestimmen. • die Herausforderungen und Risiken von Digitalisierungsprozessen zu beurteilen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Grundlagen der Digitalisierung</p> <p>1.1 Begriffe und Konzepte 1.2 Prinzipien und Wirkweisen 1.3 Evaluation</p> <p>2. Digitale Transformationen und Trends in der medizinischen Versorgung</p>		

2.1 Der Patient als Arzt – Medizinische Selbstversorgung

2.2 Der Arzt in der Ferne – Telemedizin

2.3 Der Computer als Arzt – Medizinische Unterstützungssysteme

2.4 Exkurs: Algorithmen und maschinelles Lernen

3. Digitale Transformationen und Trends in der pflegerischen Versorgung

3.1 Digitales Pflegemanagement im Krankenhaus am Beispiel von Informationssystemen

3.2 Digitales Pflege- und Versorgungsmanagement in der Altenpflege am Beispiel von assistiven Technologien

3.3 Exkurs: Künstliche Intelligenz und Robotik

4. Ausgewählte Gestaltungsansätze für das Gesundheits- und Pflegemanagement

4.1 Informations- und Kommunikationsmanagement

4.2 Personalentwicklung

4.2 Wissensmanagement

5. Ethische Betrachtung von digitalen Gesundheits- und Pflegeleistungen

5.1 Ethische Begriffe und Konzepte

5.2 Können Algorithmen und autonome Systeme verantwortlich handeln?

5.3 Können künstliche Intelligenzen und Roboter den Menschen ersetzen?

6. Herausforderungen und Risiken der digitalen Transformation im Gesundheits- und Sozialwesen

6.1 Analoge Menschen – Digitale Technologien

6.2 Datensicherheit, Informationssicherheit und Datenschutz

6.3 Transparenz und Kontrolle von Algorithmen

Literatur:

- Capurro, R. (2017): Homo Digitalis. Beiträge zur Ontologie, Anthropologie und Ethik der digitalen Technik. Springer Fachmedien, Wiesbaden. ISBN: 978-3-658-17130-8.
- Heesen, J. (Hrsg., 2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. B. Metzler Verlag, Stuttgart. ISBN: 978-3-476-02557-9.
- Lehner, F. (2014): Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung. 5., aktualisierte Auflage. Carl Hanser Verlag München. ISBN: 978-3-446-44135-4.
- Menvielle, L./ Audrain-Pontevia, A.-F./ Menvielle, W. (Hrsg., 2017): The Digitalization of Healthcare. Palgrave Macmillan, London. ISBN: 978-1-349-95172-7.
- Pfannstiel, M.A./ Da Cruz, P./ Mehlich, H. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen I – Impulse für die Versorgung. Springer Fachmedien, Wiesbaden. ISBN: 978-3-658-12257-7.
- Pfannstiel, M.A./ Da Cruz, P./ Mehlich, H. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen II – Impulse für das Management. Springer Fachmedien, Wiesbaden. ISBN: 978-3-658-12393-2.
- Pfannstiel, M.A./ Krammer, S./ Swoboda, W. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen III – Impulse für die Pflegepraxis. Springer Fachmedien, Wiesbaden. ISBN: 978-3-658-13461-3.
- Rebscher, H./ Kaufmann, S. (Hrsg., 2017): Digitalisierungsmanagement in Gesundheitssystemen. medhochzwei Verlag Heidelberg. ISBN: 978-3-8621-6368-7.
- Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (Hrsg., 2016): Digitale Welt und Gesundheit. eHealth und mHealth – Chancen und Risiken der Digitalisierung im Gesundheitsbereich. Berlin. ISSN: 2365-919X.
- Swoboda, W. (2017): Informationsmanagement im Gesundheitswesen. UVK Verlagsgesellschaft München und Konstanz. ISBN: 978-3-8252-4671-6.

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

Kursnummer: DLMGWDIMP02	Kursname: Seminar Digitalisierung in Medizin und Pflege	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung

Beschreibung des Kurses:

In diesem Kurs werden schwerpunktmäßig digitale Transformationen und Trends in Medizin und Pflege betrachtet. Technologische Fortschritte in Informations- und Kommunikationstechnik sowie Robotik führen dazu, dass sich in kürzester Zeit gewachsene Strukturen und Prozesse im Gesundheits- und Sozialwesen wandeln. Damit ist auch verbunden, dass sich die gewohnten Rollen und Verantwortungsbereiche aller beteiligten Akteure (z. B. Ärzte, Pflege- und Betreuungskräfte, Patienten, Bürger etc.) verändern.

Im Gesundheits- und Pflegemanagement muss man die Fähigkeit besitzen, sich kritisch mit Innovationen bzw. neuen Technologien auseinanderzusetzen, um ihren tatsächlichen gesellschaftlichen, kulturellen und ökonomischen Mehrwert einschätzen zu können. Deswegen fertigt jeder Teilnehmer eine Seminararbeit an, in welcher die kritische Auseinandersetzung mit digitalen Transformationsprozessen erfolgt, wodurch Vor- und Nachteile sowie Chancen und Grenzen von digitalen Technologien und Prozessen erkannt werden.

Daneben eröffnen sich hierdurch auch Perspektiven für die aktive Gestaltung und das Management von Digitalisierungsprozessen in Krankenhäusern, Altenpflegeheimen und anderen Einrichtungen des Gesundheits- und Sozialwesens.

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,

- eine Fragestellung der Digitalisierung aus verschiedenen Standpunkten bzw. Sichtweisen zu beurteilen.
- nach wissenschaftlichen Grundsätzen eine systematische Literaturrecherche durchzuführen.
- eine wissenschaftliche Arbeit nach formalen und methodischen Kriterien zu verfassen.
- verschiedene, aktuelle Fragestellungen der digitalen Transformation in Medizin und Pflege zu benennen.
- die unterschiedlichen Auswirkungen und Veränderungen durch Digitalisierungsprozesse in Medizin und Pflege gegenüberzustellen.

Lehrmethoden:

Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien, und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Inhalte des Kurses:

Die digitale Transformation im Gesundheits- und Sozialwesen schreitet kontinuierlich voran: innovative Versorgungsprozesse kommen in der Praxis an, neue Technologien und Märkte entstehen, aber auch neue Risiken und Probleme treten auf. Dieses Seminar greift solche aktuellen Themen der Digitalisierung in Medizin und Pflege auf. Dabei behandeln die Seminarthemen u.a. verschiedene Technologien und Innovationen der Digitalisierung im Gesundheits- und Sozialwesen (mHealth, internet of things, AI etc.), die aus verschiedenen Sichtweisen analysiert werden sollen, z. B. aus ethischer, rechtlicher, sozialer, kultureller und wirtschaftlicher Sicht.

Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine Seminararbeit erstellen.

Literatur:

- Capurro, R. (2017): Homo Digitalis. Beiträge zur Ontologie, Anthropologie und Ethik der digitalen Technik. Springer Fachmedien, Wiesbaden. ISBN: 978-3-658-17130-8.
- Heesen, J. (Hrsg., 2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. B. Metzler Verlag, Stuttgart. ISBN: 978-3-476-02557-9.
- Lehner, F. (2014): Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung. 5., aktualisierte Auflage. Carl Hanser Verlag München. ISBN: 978-3-446-44135-4.
- Menvielle, L./ Audrain-Pontevia, A.-F./ Menvielle, W. (Hrsg., 2017): The Digitalization of Healthcare. Palgrave Macmillan, London. ISBN: 978-1-349-95172-7.
- Pfannstiel, M.A./ Da Cruz, P./ Mehlich, H. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen I – Impulse für die Versorgung. Springer Fachmedien, Wiesbaden. ISBN: 978-3-658-12257-7.
- Pfannstiel, M.A./ Da Cruz, P./ Mehlich, H. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen II – Impulse für das Management. Springer Fachmedien, Wiesbaden. ISBN: 978-3-658-12393-2.
- Pfannstiel, M.A./ Krammer, S./ Swoboda, W. (Hrsg., 2017): Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen III – Impulse für die Pflegepraxis. Springer Fachmedien, Wiesbaden. ISBN: 978-3-658-13461-3.
- Rebscher, H./ Kaufmann, S. (Hrsg., 2017): Digitalisierungsmanagement in Gesundheitssystemen. medhochzwei Verlag Heidelberg. ISBN: 978-3-8621-6368-7.
- Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (Hrsg., 2016): Digitale Welt und Gesundheit. eHealth und mHealth – Chancen und Risiken der Digitalisierung im Gesundheitsbereich. Berlin. ISSN: 2365-919X.
- Swoboda, W. (2017): Informationsmanagement im Gesundheitswesen. UVK Verlagsgesellschaft München und Konstanz. ISBN: 978-3-8252-4671-6.

Prüfungsleistungen:

Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 120
Selbstüberprüfung (in Std.): -
Tutorien (in Std.): 30

Modul

Wahlmodul Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege (DLMGWPUBMUP)

10 ECTS

Modulbezeichnung:	Wahlmodul Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege	
Modulnummer: DLMGW PUBMUP	Semester: 3 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege (DLMGW PUBMUP01) • Seminar Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege (DLMGW PUBMUP02) 		Dauer: Selbststudium: 210 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 60 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Thomas Neunert
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master General Management • Master of Business Administration • Master Personalmanagement • Master Leadership and Management 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Health Care Management A • Health Care Management B

Qualifikations- und Lernziele des Moduls:**Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege:**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen und Besonderheiten des Personalmanagements in Einrichtungen des Gesundheitswesens benennen und beschreiben zu können.
- die Herausforderungen des Personalmanagements in Bezug auf die Bereiche Medizin und Pflege erläutern und Lösungsansätze diskutieren zu können.
- die Aufgaben, Zielsetzungen und Methodiken des Personalmanagements im Allgemeinen darstellen zu können.
- die Aufgaben, Zielsetzungen und Methodiken (Personalbedarfsplanung, Personaleinsatz, Personalcontrolling, Personalgewinnung, Personalbindung, etc.) im Speziellen auf die Berufsgruppen der Medizin und Pflege darstellen und anwenden zu können.

Seminar Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege:

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit (Seminararbeit) mit den grundlegenden theoretischen und praktischen Fragestellungen des Personalmanagements auseinanderzusetzen.
- sich im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit (Seminararbeit) mit den Instrumenten und Methodiken der Personalgewinnung und der Personalbindung und deren Anwendung auf die Bereiche Medizin und Pflege zu beschäftigen und Lösungsansätze zu erarbeiten.
- sich im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit (Seminararbeit) mit den Besonderheiten und Herausforderungen von Gesundheitseinrichtungen und insbesondere deren Implikationen für den Bereich des Personalmanagements inklusive der Personalgewinnung und -bindung umfassend zu beschäftigen.
- die grundlegenden Vorgehensweisen und Standards wissenschaftlicher Arbeiten (Seminararbeiten, Studienabschlussarbeiten) zu kennen, zu verstehen und anzuwenden.

Lehrinhalt des Moduls:**Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege:**

- Personalmanagement in Gesundheitseinrichtungen
- Methodiken des Personalmanagements
- Besonderheiten der Personalgewinnung und Personalbindung im Bereich der Medizin und Pflege
- Zukünftige Herausforderungen des Personalmanagements im Bereich der Medizin und Pflege
- Lösungsansätze für eine nachhaltige Personalgewinnung und Personalbindung im Bereich der Medizin und Pflege

Seminar Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege:

In diesem Kurs soll eine kritische Analyse aktueller Themen und Herausforderungen in Bezug auf das Personalmanagement im Gesundheitswesen erfolgen. Dabei soll im Speziellen auf die Personalgewinnung und Personalbindung im Bereich der Medizin und Pflege fokussiert werden.

Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Lehrmethoden:**Literatur:**

Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen

Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms::	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
<p>10 ECTS von 120 ECTS = 8.33%</p>	<p>Siehe Kursbeschreibungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • DLMGW PUBMUP01: Klausur 90 Min. (50%) • DLMGW PUBMUP02: Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit (50%)

Kursnummer: DLMGW PUBMUP01	Kursname: Personalgewinnung und -bindung in Medizin und Pflege	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Die Einrichtungen des Gesundheitswesens stehen vor einer Vielzahl von Herausforderungen. Insbesondere die demografische Entwicklung stellt für die Leistungserbringer von Gesundheitsdienstleistungen eine große Herausforderung dar. Dies zeigt sich insbesondere auch in der Frage der Akquirierung von geeignetem Personal innerhalb der Einrichtungen des Gesundheitswesens. Neben der Gewinnung von qualifiziertem Personals stellt sich zunehmend auch die wichtige Frage, welche Instrumente und Methodiken angewendet werden können, um das Personal nachhaltig im eigenen Unternehmen halten zu können und somit langfristig an sich zu binden.</p> <p>Schwerpunkt dieses Kurses ist die Auseinandersetzung mit der Personalgewinnung und -bindung angewendet auf den Bereich der Medizin und Pflege. Neben einer einführenden, allgemeinen Darstellung des Personalmanagements sowie des Personalmanagements in Einrichtungen des Gesundheitswesens erfolgt eine umfassende Auseinandersetzung mit den Methodiken und Konzepten eines modernen Personalmanagements. Hierbei spielen insbesondere die Aspekte der Personalbedarfsplanung und -ermittlung, die Berechnung der Personalressourcen, der Personalkosten, das Personalcontrolling, der Personalgewinnung sowie der Personalbindung eine wesentliche Rolle. Diese elementaren Grundlagen werden in einem nächsten Schritt auf die speziellen Bereiche der Medizin und Pflege ausgedehnt. Somit werden die Studierenden in die Lage versetzt, die theoretischen Konzepte auf die Besonderheiten im Bereich der Medizin und Pflege anzuwenden.</p> <p>Einen weiteren wichtigen Aspekt dieses Kurses bildet die Auseinandersetzung mit den Herausforderungen und Lösungsansätzen des Personalmanagements im Bereich der Medizin und Pflege. Hierbei soll insbesondere auf die unterschiedlichen Voraussetzungen und Bedürfnisse der jeweiligen Berufsgruppen eingegangen werden und somit der Kreis zu allgemeinen Fragestellungen des Managements, z.B. Führungsstile, Leadership, Motivation, etc. geschlossen werden. Diese Aspekte spielen ebenso eine wichtige Rolle für die Frage einer nachhaltigen Auseinandersetzung mit den Themenfeldern der Personalgewinnung und Personalbindung wie die Analyse regionaler Besonderheiten. Dies soll ebenfalls im Kurs thematisiert werden.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen und Besonderheiten des Personalmanagements in Einrichtungen des Gesundheitswesens benennen und beschreiben zu können. • die Herausforderungen des Personalmanagements in Bezug auf die Bereiche Medizin und Pflege erläutern und Lösungsansätze diskutieren zu können. • die Aufgaben, Zielsetzungen und Methodiken des Personalmanagements im Allgemeinen darstellen zu können. • die Aufgaben, Zielsetzungen und Methodiken (Personalbedarfsplanung, Personaleinsatz, Personalcontrolling, Personalgewinnung, Personalbindung, etc.) im Speziellen auf die Berufsgruppen der Medizin und Pflege darstellen und anwenden zu können. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)</p>		

Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Inhalte des Kurses:

1. Einführung

- 1.1 Personalmanagement
- 1.2 Personalmanagement in Gesundheitseinrichtungen

2. Personalmanagement

- 2.1 Rechtliche Rahmenbedingungen
- 2.2 Methoden und Konzepte der Personalbedarfsermittlung
- 2.3 Methoden und Konzepte der Personalführung
- 2.4 Methoden und Konzepte der Personalgewinnung
- 2.5 Methoden und Konzepte des Personaleinsatzes
- 2.6 Methoden und Konzepte der Personalentwicklung
- 2.7 Methoden und Konzepte der Personalfuktuation

3. Personalmanagement in Gesundheitseinrichtungen

- 3.1 Besonderheiten des Personalmanagements in Gesundheitseinrichtungen
- 3.2 Besonderheiten der Methoden und Konzepte des Personalmanagements in Gesundheitseinrichtungen
- 3.3 Konzepte und Methoden der Personalgewinnung in Gesundheitseinrichtungen
- 3.4 Konzepte und Methoden der Personalbindung in Gesundheitseinrichtungen

4. Herausforderungen des Personalmanagements in Gesundheitseinrichtungen

- 4.1 Allgemein
- 4.2 Demografische Entwicklung
- 4.3 Ausgewählte Determinanten des Personalmanagements

5. Ausgewählte Gestaltungsansätze der Personalgewinnung und Personalbindung in Medizin und Pflege

- 5.1 Diversity Management
- 5.2 Work-Life-Balance
- 5.3 Chance Management
- 5.4 Betriebliches Gesundheitsmanagement
- 5.5 Talentmanagement
- 5.6 Employer Branding

Literatur:

- Buckesfeld, Y. (2012): Employer Branding. Strategie für die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität in KMU. Diplomica, Hamburg. ISBN-13: 978-3842873971.
- Busse, R./Schreyögg, J./Stargardt, T. (2017): Management im Gesundheitswesen. 4. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3662550243.
- Frodl, A. (2011): Personalmanagement im Gesundheitsbetrieb. Betriebswirtschaft für das Gesundheitswesen. Gabler Verlag/Springer Fachmedien, Wiesbaden. ISBN-13:978-3834966568.
- Holz, M./Da-Cruz, P. (Hrsg.) (2007): Demografischer Wandel in Unternehmen. Herausforderung für die strategische Personalplanung. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834904935.
- Naegeler, H. (2014): Personalmanagement im Krankenhaus. Grundlagen und Praxis. 3., erw. und aktualisierte Aufl., MWV, Berlin. ISBN-13: 978-3954661039.
- Schmola, G. (2016): Modernes Personalmanagement im Krankenhaus. Das Konzept des Employee Relationship Managements. Kohlhammer Verlag, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170305410.

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Kursnummer: DLMGWPUBMUP02	Kursname: Seminar Personalgewinnung und - bindung in Medizin und Pflege	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung

Beschreibung des Kurses:

Den Schwerpunkt des Kurses bildet die Auseinandersetzung mit den Fragestellungen der Personalgewinnung und Personalbindung im Bereich der Medizin und Pflege. Diese Aspekte spielen zunehmend eine wichtige Rolle innerhalb von Einrichtungen des Gesundheitswesens. Durch eine Vielzahl von Herausforderungen, insbesondere auch vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung, stehen Gesundheitsdienstleister zunehmend vor dem Problem, geeignetes Personal zu finden. Neben diesen Aspekten der Personalgewinnung stellt jedoch auch die nachhaltige Bindung von Personal an das Unternehmen zunehmend eine wichtige Fragestellung für Gesundheitsdienstleister dar. Dies zeigt sich vor allem in den Berufsgruppen der Medizin und Pflege.

Auf Basis der skizzierten Ausgangslage und der im zugehörigen Modul gewonnenen theoretischen Grundlagen des Personalmanagements und deren Anwendung auf den Bereich der Medizin und Pflege, sollen sich die Studierenden innerhalb des Kurses mit einem Thema des Personalmanagements beschäftigen. Neben der grundlegenden Auseinandersetzung und insbesondere Anwendung der Methodiken des Personalmanagements erfolgt die Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit unter Berücksichtigung der dafür erforderlichen Vorgehensweise und Standards. Dies stellt somit eine gute Vorbereitung auf weiterführende Forschungs- und Studienabschlussarbeiten dar.

Kursziele:

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,

- sich im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit (Seminararbeit) mit den grundlegenden theoretischen und praktischen Fragestellungen des Personalmanagements auseinanderzusetzen.
- sich im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit (Seminararbeit) mit den Instrumenten und Methodiken der Personalgewinnung und der Personalbindung und deren Anwendung auf die Bereiche Medizin und Pflege zu beschäftigen und Lösungsansätze zu erarbeiten.
- sich im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit (Seminararbeit) mit den Besonderheiten und Herausforderungen von Gesundheitseinrichtungen und insbesondere deren Implikationen für den Bereich des Personalmanagements inklusive der Personalgewinnung und -bindung umfassend zu beschäftigen.
- die grundlegenden Vorgehensweisen und Standards wissenschaftlicher Arbeiten (Seminararbeiten, Studienabschlussarbeiten) zu kennen, zu verstehen und anzuwenden.

Lehrmethoden:

Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien, und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Inhalte des Kurses:

Die Herausforderungen innerhalb des Gesundheits- und Sozialwesens sind vielseitig. Neben Aspekten der Leistungserstellung sowie der Finanzierung von Gesundheitsdienstleistungen spielen zunehmend auch die Fragen der Personalgewinnung und Personalbindung eine wichtige Rolle. Dies gilt insbesondere für den Bereich der Medizin und Pflege, in denen es zunehmend schwieriger wird, geeignetes und qualifiziertes Personal zu finden. Ohne dieses qualifizierte Personal kann jedoch eine Leistungserstellung nicht erfolgen und somit die wichtige Aufgabe der Erstellung von Gesundheitsdienstleistungen nicht durchgeführt werden.

Dieses Seminar greift wichtige aktuelle Themen des Personalmanagements in Medizin und Pflege auf. Dabei behandeln die Seminarthemen u.a. verschiedene Methodiken zur Personalbedarfsplanung, zu Personalkostenermittlung, Personalcontrolling, Methodiken zur Personalgewinnung sowie zur Personalbindung, die aus verschiedenen Sichtweisen analysiert werden sollen. Zentral ist dabei auch die Verknüpfung der einzelnen Themenfelder miteinander, so dass ein ganzheitlicher Personalmanagementansatz erkennbar wird und sich die Wechselwirkungen des Personalmanagements mit anderen Managementbereichen für den Seminarteilnehmer erschließen lassen. Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine Seminararbeit erstellen.

Literatur:

- Buckesfeld, Y. (2012): Employer Branding. Strategie für die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität in KMU. Diplomica, Hamburg. ISBN-13: 978-3842873971.
- Busse, R./Schreyögg, J./Stargardt, T. (2017): Management im Gesundheitswesen. 4. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3662550243.
- Frodl, A. (2011): Personalmanagement im Gesundheitsbetrieb. Betriebswirtschaft für das Gesundheitswesen. Gabler Verlag/Springer Fachmedien, Wiesbaden. ISBN-13:978-3834966568.
- Holz, M./Da-Cruz, P. (Hrsg.) (2007): Demografischer Wandel in Unternehmen. Herausforderung für die strategische Personalplanung. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834904935.
- Naegeler, H. (2014): Personalmanagement im Krankenhaus. Grundlagen und Praxis. 3., erw. und aktualisierte Aufl., MWV, Berlin. ISBN-13: 978-3954661039.
- Panfil, E.-M. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten in der Pflege. Lehr- und Arbeitsbuch für Pflegenden. 3., vollständig überarbeitete Auflage, Hogrefe, Bern. ISBN-13: 978-3456858326.
- Schmola, G. (2016): Modernes Personalmanagement im Krankenhaus. Das Konzept des Employee Relationship Managements. Kohlhammer Verlag, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170305410.
- Trimmel, M. (2009): Wissenschaftliches Arbeiten in Psychologie und Medizin. 1. Auflage, UTB, Wien. ISBN-13: 978-38255230791.

Prüfungsleistungen:

Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 120
Selbstüberprüfung (in Std.): -
Tutorien (in Std.): 30

Modul

**Wahlmodul Public Health
(DLMGWPH)**

5 ECTS

Modulbezeichnung:	Wahlmodul Public Health	
Modulnummer: DLMGWPH	Semester: 3 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Public Health (DLMGWPH01) • Seminar Public Health (DLMGWPH02) 		Dauer: Selbststudium: 210 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 60 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Thomas Neunert
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • BA Gesundheitsmanagement • BA Pflegemanagement • Master Soziale Arbeit 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Health Care Management A und B • Gesundheitspsychologie und -soziologie

Qualifikations- und Lernziele des Moduls:

Public Health:

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- auf Basis von theoretischen Grundlagen der Public Health bezogenen Disziplinen z.B. Medizin, Epidemiologie, Ökonomie, Psychologie und Soziologie praktische und anwendungsnahe Fragestellungen in wissenschaftlicher Weise zu bearbeiten.
- eine Analyse und Bewertung der Gesundheitssituation der Bevölkerung insgesamt und von Subgruppen auf kommunaler, regionaler und nationaler Ebene sowie im internationalen Vergleich vorzunehmen.
- Einflüsse von physischen, psychischen, sozialen Bedingungen und Umwelteinflüssen auf Gesundheit und Krankheit sowie deren Wechselwirkungen zu interpretieren.
- praktische und theoretische Fragestellungen aus Anwendungsgebieten des multidisziplinären Bereichs Public Health wissenschaftlich so aufzunehmen, dass spezifische und interprofessionelle Konzepte entwickelt und bewertet werden können.
- eine Analyse und Bewertung der Struktur, Kostenentwicklung und Dynamik in Gesundheitssystemen vorzunehmen.
- eine Planung, praktische Umsetzung und Evaluation von Prävention und Gesundheitsförderung, sowie rehabilitativen und palliativen Versorgungskonzepten wissenschaftlich fundiert vorzunehmen.

Seminar Public Health:

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- typische Anwendungsbeispiele für digitale Medien/Anwendungen in der Gesundheitsförderung im Kontext des ePublic-Health-Ansatzes zu beschreiben.
- die Herausforderungen und Barrieren für die Umsetzung von ePublic-Health Ansätzen in der Praxis an einem Beispiel zu verdeutlichen.
- konkreter Beispiele für ePublic-Health-Ansätze in Bezug auf grundlegende gesundheitswissenschaftliche Modelle kritisch zu bewerten und Ansätze für die Evaluation technikgestützter Interventionen zu beschreiben.

Lehrinhalt des Moduls:

Public Health:

- statistische und epidemiologische Grundlagen für Public Health
- sozialwissenschaftliche Grundlagen von Krankheit und Gesundheit
- politische und ökonomische Grundlagen des deutschen Gesundheitssystems
- medizinische Grundlagen für Public Health
- ethische Sensibilisierung für Fragestellungen des Public Health
- fachwissenschaftliche Kompetenz in Gesundheitsförderung und Prävention

Seminar Public Health:

Potenzial von Digital Health im Kontext von Public Health (ePublic-Health) mit folgenden Schwerpunkten:

- Relevanz von Digital-Health-Anwendungen für die Bevölkerungsgesundheit (Public Health)
- Potentiale und Risiken digitaler Medien für die Gesundheitsförderung im Vergleich zu anderen Medien
- digitale Kommunikation und Edukation zur Förderung von Gesundheitskompetenz (Health literacy) und Patient Empowerment
- digitale Intervention und Gesundheitsverhalten
- Digitalisierung im Kontext des Mangels von medizinischem Fachpersonal (u.a. Ärzte, Pflegekräfte)
- Künstliche Intelligenz im Kontext der Krankheitsfrüherkennung (z.B. App Ada)
- ePublic-Health in ausgewählten Settings (Betriebe, Schulen, Kommunen)
- Besonderheiten bei der Evaluation digitaler Intervention in der Gesundheitsförderung

Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Lehrmethoden:		
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms:: 5 ECTS von 120 ECTS = 4.17%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibungen	<ul style="list-style-type: none"> • DLMGWPH01: Klausur 90 Min. (50%) • DLMGWPH02: Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit (50%)

Kursnummer: DLMGWPH01	Kursname: Public Health	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Ziel des Wahlpflichtfach Public Health ist eine Qualifizierung der Studierenden, unter Vermittlung der theoretischen Grundlagen von Public Health, für Aufgaben in der Forschung sowie im Planungs- und Managementbereich des nationalen und internationalen Gesundheitswesens.</p> <p>Als eigenständige, multi- und interdisziplinäre Wissenschaft beschäftigt sich Public Health mit den Bedingungen für Gesundheit und der Bewältigung und Prävention von Krankheiten, soweit sie in der natürlichen, technischen und sozialen Umwelt der Menschen begründet liegen. Das Wahlpflichtfach beleuchtet u.a. den Einfluss des Gesundheitssystems, der Versorgungsstrukturen, der Health Literacy, der Finanzierung der Gesundheitsleistungen, der politischen und sozialen Rahmenbedingungen und der technologischen Weiterentwicklung von eHealth-Anwendungen auf die gesundheitliche Lage einer Bevölkerung und zeigt Lösungsansätze für die Verbesserung der gesamtgesellschaftlichen Gesundheitssituation.</p> <p>Es zeigt sich somit das Spannungsfeld von Gesundheitsforschung, sozialer Medizin, Versorgungsforschung und Ökonomie auf. Das Forschungsfeld der Public Health wird praxisorientiert gelehrt.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • auf Basis von theoretischen Grundlagen der Public Health bezogenen Disziplinen z.B. Medizin, Epidemiologie, Ökonomie, Psychologie und Soziologie praktische und anwendungsnahe Fragestellungen in wissenschaftlicher Weise zu bearbeiten. • eine Analyse und Bewertung der Gesundheitssituation der Bevölkerung insgesamt und von Subgruppen auf kommunaler, regionaler und nationaler Ebene sowie im internationalen Vergleich vorzunehmen. • Einflüsse von physischen, psychischen, sozialen Bedingungen und Umwelteinflüssen auf Gesundheit und Krankheit sowie deren Wechselwirkungen zu interpretieren. • praktische und theoretische Fragestellungen aus Anwendungsgebieten des multidisziplinären Bereichs Public Health wissenschaftlich so aufzunehmen, dass spezifische und interprofessionelle Konzepte entwickelt und bewertet werden können. • eine Analyse und Bewertung der Struktur, Kostenentwicklung und Dynamik in Gesundheitssystemen vorzunehmen. • eine Planung, praktische Umsetzung und Evaluation von Prävention und Gesundheitsförderung, sowie rehabilitativen und palliativen Versorgungskonzepten wissenschaftlich fundiert vorzunehmen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Grundlagen Public Health</p> <p>1.1 Was ist Public Health?</p>		

- 1.2 Geschichtliche Entwicklung
- 1.3 Globale Gesundheitsprobleme und -risiken
- 1.4 Nationale und internationale Akteure der Gesundheitsförderung
- 1.5 Die Disziplinen der Public Health
- 1.6 Public Health Ethik
- 1.7 Notwendigkeit der Versorgungsforschung

2. Public Health Methoden

- 2.1 Epidemiologie
- 2.2 Demographie
- 2.3 Biostatistik
- 2.4 Sozialwissenschaftliche Datenerhebung
- 2.5 Bewertung medizinischer Interventionen
- 2.6 Entscheidungsorientiertes Management (Entscheidungslehre)

3. Gesundheitssysteme

- 3.1 Einführung in das Gesundheitswesen
- 3.2 Das deutsche Gesundheitssystem
- 3.3 Gesundheitssysteme in Europa

4. Bevölkerungsmedizin und biomedizinischen Grundlagen

- 4.1 Soziale Determinanten und biopsychosoziale Modelle von Gesundheit und Krankheit
- 4.2 Bevölkerungsbegriff, -struktur und -entwicklung (Demographie, demogr. Wandel)
- 4.3 Soziale Struktur (Sozialstrukturanalyse, Schichtung und Mobilität)
- 4.4 Soziale Determinanten der Gesundheit im Lebenslauf (soziale Ungleichheit von Gesundheit, Armut und Gesundheit, Erklärungsansätze, Lebenslaufperspektive)
- 4.5 Public Health Strategien zur Minderung sozialer Ungleichheiten der Gesundheit

5. Umweltmedizin

- 5.1 Klima
- 5.2 Luft
- 5.3 Lärm

6. Gesundheitspolitik

- 6.1 Spannungsfeld: Ökonomie und medizinische Versorgung
- 6.2 Rechtliche Normierung und Gesetzgebung
- 6.3 Makro- und mikroökonomische Betrachtung der Gesundheitswirtschaft
- 6.4 Wettbewerb und Regulierung
- 6.5 Strategien zur Ressourcenallokation
- 6.6 Regulationsmechanismen

7. Qualitätsmanagement im Gesundheitssystem

- 7.1 Qualitätsmessung
- 7.2 Versorgungsleitlinien
- 7.3 Externe Qualitätssicherung im Gesundheits- und Sozialwesen
- 7.4 Qualitätsmanagementsysteme
- 7.5 Zertifizierung und Zentrenbildung
- 7.6 Risikomanagement
- 7.7 Ressourcensteuerung

8. Chronische Krankheiten und Behinderung

8.1 Einführung (Epidemiologische Daten, soziale, psychische & ökonomische Folgen, Inklusion)

8.2 Adipositas

8.3 Herz-Kreislauf-Erkrankungen

8.4 Diabetes mellitus

8.5 Atemwegserkrankungen

8.6 Erkrankungen des Bewegungsapparats

8.7 Psychische Erkrankungen

9. Infektionserkrankungen

9.1 Einführung

9.2 Gesetzliche Grundlagen/Meldesysteme

9.3 Epidemiologie wichtiger Infektionserkrankungen

9.4 Impfungen und präventive Maßnahmen

10. Gesundheitspsychologie und -soziologie

10.1 Grundlagen

10.2 Biopsychosoziales Modell

10.3 Stress und Gesundheit

10.4 Perspektiven sozialer Gesundheitsforschung

10.5 Soziologische Analyse

11. Gesundheitsförderung

11.1 Grundlagen von Gesundheitsförderung und Prävention

11.2 Methoden in der Prävention

11.3 Das Präventionsparadox

11.4 Screening

11.5 Rehabilitation

11.6 Gesundheitskompetenz

11.7 Modelle der Verhaltensänderung

11.8 Empowerment

11.9 Prävention im Spannungsfeld von Individualmedizin und Public Health

11.10 Arbeitsschutz und Betriebliche Gesundheitsförderung

12. Best-Practice Anwendungen Public Health Deutschland

12.1 Aktuelle Public-Health Projekte (Ziele - Umsetzung - Ergebnisse)

Literatur:

- Brownson, R.C./Baker E.A./Deshpande A.D. et. al. (2017). Evidence-Based Public Health. London, Oxford University Press. ISBN-13: 978-0190620936.
- Döring, N./ Bortz, J. (2015). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin, Heidelberg, Springer Verlag. ISBN-13: 978-3642410888.
- Faller, G. (2010): Lehrbuch Betriebliche Gesundheitsförderung. Bern, Huber. ISBN-13: 978-3456847993.
- Fink G. A. (2012): Evidence-Based Public Health Practice. London, Sage Pubn. ISBN-13: 978-1412997447.
- Franke, A (2012): Modelle von Gesundheit und Krankheit. Bern, Huber.
- Friele, M.B. (2018): Public-Health-Ethik. Stuttgart, utb Verlag. ISBN-13: 978-3825245504
- Gerhardus, A./ Breckenkamp, J./ Razum, O. et al. (Hrsg.) (2010): Evidence-based Public Health. Bern, Hans Huber.
- Guest, C./Ricciardi, W./Kawachi, I. et al. (2013): Oxford Handbook of Public Health Practice. Oxford, Oxford University Press. ISBN-13: 978-0199586301.
- Habermann-Horstmeier, L. (2017): Gesundheitsförderung und Prävention: Kompakte Einführung und Prüfungsvorbereitung für alle interdisziplinären Studienfächer. Bern, Hogrefe. ISBN-13: 978-3456857077
- Hurrelmann, K./Klotz, T./Haisch, J. (2014): Lehrbuch Prävention und Gesundheitsförderung. Bern, Huber. ISBN-13: 978-3456853192.
- Hurrelmann, K./Razum, O. (2012): Handbuch Gesundheitswissenschaften. Weinheim, Juventa.
- Jyoti, B./Hamad, A. (2016): BMJ Clinical Review: Infectious diseases and public health. London, BPP Learning Media. ISBN-13: 978-1472743329.
- Klemperer, D. (2014): Sozialmedizin – Public Health. Bern, Huber.
- Kolip, P./Ackermann, G./Ruckstuhl, B. et. al. (2012): Gesundheitsförderung mit System: quint-essenz – Qualitätsentwicklung in Projekten der Gesundheitsförderung und Prävention. Bern, Huber. ISBN-13: 978-3456850481.
- Kreienbrock, L. (2012): Epidemiologische Methoden. Berlin, Heidelberg, Spektrum Akademischer Verlag. ISBN-13: 978-3827423337
- Lamnek, S./Krell C. (2015): Qualitative Sozialforschung: Mit Online-Materialien. Weinheim, Basel, Beltz Verlag. ISBN-13: 978-3621282697.
- Magnuson, J.A./Fu, P.C. (2016): Public Health Informatics and Information Systems. Berlin, Heidelberg, Springer Verlag. ISBN-13: 978-1447168140.
- Neuner, R. (2015): Psychische Gesundheit bei der Arbeit: Betriebliches Gesundheitsmanagement und Gefährdungsbeurteilung psychischer Belastung. Berlin, Springer Gabler. ISBN-13: 978-3658106164.
- Schwartz, F.W./Walter, U./Siegrist, J. et al. (Hrsg.) (2012). Public Health: Gesundheit und Gesundheitswesen. München, Urban & Fischer.
- Schlicht, W./Zinsmeister, M. (2015). Gesundheitsförderung systematisch planen und effektiv intervenieren. Berlin, Heidelberg, Springer Verlag. ISBN-13: 978-3662469880.
- Skolnik, R. (2015). Global Health 101. Jones and Bartlett Publishers. ISBN-13: 978-1284050547.
- Viktor A., Heister W. (2015). Medizinisches Compliance-Management: Gesundheitsmarketing und Dienstleistungsmanagement patientenorientiert umsetzen. Bremen, Apollon University Press. ISBN-13: 978-3943001198.

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Kursnummer: DLMGWPH02	Kursname: Seminar Public Health	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung

Beschreibung des Kurses:

Ziel des Seminars Public Health ist eine Qualifizierung der Studierenden, unter Vermittlung der theoretischen Grundlagen und praktischen Umsetzung von eHealth-Anwendungen im Kontext von Public Health (ePublic-Health).

Der Schwerpunkt des Kurses liegt auf der digital unterstützten Gesundheitsförderung und Prävention. Ziel ist die Verhütung von Krankheiten und der Erhalt bzw. Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden (gesundheitsorientierter Handlungsansatz). Die Studierenden lernen, sich mit theoretischen Grundlagen von Gesundheitsförderung und Prävention kritisch auseinanderzusetzen und die Bedeutung für die Bevölkerung zu erkennen und zu beurteilen.

Es werden Konzepte und Methoden der Qualitätssicherung, Evidenzbasierung und Evaluation in der Gesundheitsförderung und Prävention gelehrt, um diese in einer praktischen Projektplanung strategisch mit Hilfe von digitalen Anwendungen anwenden zu können. Insbesondere der intersektorale und interdisziplinäre Ansatz steht im Fokus.

Kursziele:

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,

- typische Anwendungsbeispiele für digitale Medien/Anwendungen in der Gesundheitsförderung im Kontext des ePublic-Health-Ansatzes zu beschreiben.
- die Herausforderungen und Barrieren für die Umsetzung von ePublic-Health Ansätzen in der Praxis an einem Beispiel zu verdeutlichen.
- konkreter Beispiele für ePublic-Health-Ansätze in Bezug auf grundlegende gesundheitswissenschaftliche Modelle kritisch zu bewerten und Ansätze für die Evaluation technikgestützter Interventionen zu beschreiben.

Lehrmethoden:

Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien, und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Inhalte des Kurses:

Das Seminar lehrt das Potenzial der Digitalisierung im Kontext des Public-Health (ePublic Health). Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine Seminararbeit erstellen und die Inhalte der schriftlichen Ausarbeitung präsentieren.

Schwerpunkte sind:

- Relevanz von Digital-Health-Anwendungen für die Bevölkerungsgesundheit (Public Health)
- Potentiale und Risiken digitaler Medien für die Gesundheitsförderung im Vergleich zu anderen Medien
- digitale Edukation zur Förderung von Gesundheitskompetenz (Health literacy) und Patient Empowerment
- digitale Intervention und Gesundheitsverhalten
- Digitalisierung im Kontext des Mangels von medizinischen Fachpersonal (u.a. Ärzte, Pflegekräfte)
- Künstliche Intelligenz im Kontext der Krankheitsfrüherkennung (z.B. App Ada)
- ePublic-Health in ausgewählten Settings (Betriebe, Schulen, Kommunen)
- Besonderheiten bei der Evaluation digitaler Intervention in der Gesundheitsförderung

Literatur:

- Bensley R.J., Brookins-Fisher J. (2018). Community and Public Health Education Methods: A Practical Guide. Jones & Bartlett Learning. ISBN-13: 978-1284142174
- Knöppler K., Neisecke T., Nölke L. (2016). Digital-Health-Anwendungen für Bürger: Kontext, Typologie und Relevanz aus Public-Health-Perspektive. Bertelsmann Stiftung. https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/Studie_VV_Digital-Health-Anwendungen_2016.pdf (abgerufen 12/2017)
- Magnuson J.A., Fu P.C. Public Health Informatics and Information Systems. London, Springer Verlag. ISBN-13: 978-1447168140
- McKenzie J.F. Neiger B.L., Thackeray R. (2016). Planning, Implementing & Evaluating Health Promotion Programs: A Primer (7th Edition). Pearson. ISBN-13: 978-0134219929
- Müller-Mielitz S., Lux T. (2017). E-Health-Ökonomie. Berlin, Springer Gabler. ISBN-13: 978-3658107871
- Weaver C.A., Ball M.J., Kim G.R. et al. (2015). Healthcare Information Management System: Cases, Strategies, Solutions. Berlin, Heidelberg, Springer Verlag. ISBN-13: 978-3319207643

Prüfungsleistungen:

Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 120
Selbstüberprüfung (in Std.): -
Tutorien (in Std.): 30

Modul

**Strategisches Marketing und
Branding (MWMA)**

10 ECTS

Modulbezeichnung:	Strategisches Marketing und Branding	
Modulnummer: MWMA	Semester: 3 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Global Branding (MWMA01) • Customer Relationship Marketing (MWMA02) 		Dauer: Selbststudium: 180 h Selbstüberprüfung: 60 h Tutorien: 60 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Dirk Battenfeld
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master General Management • Master of Business Administration 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Marketingstrategie
Qualifikations- und Lernziele des Moduls:		
Global Branding (MWMA01)		
Nach erfolgreichem Abschluss		
<ul style="list-style-type: none"> • kennen und verstehen die Studierenden die wichtigsten Herausforderungen für internationale Marken. • sind die Studierenden in der Lage, die aktuelle Strategie einer Marke zu erkennen. • können die Studierenden den Markenwert einer Marke analysieren. • kennen die Studierenden die Faktoren, die zur Steigerung oder zum Verlust der konsumentenbasierten Markenwerte führen können. • können die Studierenden fundierte Ideen für zukünftige Optionen einer Markenstrategie entwickeln. 		
Customer Relationship Marketing (MWMA02)		
Nach erfolgreichem Abschluss		
<ul style="list-style-type: none"> • verstehen die Studierenden Verfahren der kundenwertorientierten Analyse strategischer Kundenportfolios. • verstehen die Studierenden die darauf aufbauende Planung, Umsetzung und Kontrolle wertorientierter Kundenbeziehungsstrategien. • können die Studierenden unter Berücksichtigung der Unternehmens-, Kunden- und Wettbewerbssituation entscheiden, ob Kundenbeziehungen systematisch entwickelt, vertieft oder aktiv beendet werden sollten. • verstehen die Studierenden die hohe Bedeutung des Beziehungsnutzens (Relational Benefits), seine marken- und personenbezogenen Bestimmungsfaktoren sowie seinen wertsteigernden Charakter für das Unternehmen. • verstehen die Studierenden, wie die Strukturen und Prozesse des Beziehungsmarketings mithilfe der modernen Unternehmensentwicklung derart zu organisieren sind, sodass der Wertschöpfungsbeitrag im Unternehmen maximal ist. 		
Lehrinhalt des Moduls:		

Global Branding (MWMA01)

- Positionierung von Marken
- Branding von Produkten
- Internationale Markenführung
- Marken-Controlling
- Messung des Markenstatus und des Markenwertes (Brand Equity)

Customer Relationship Marketing (MWMA02)

- Begriff und Grundlagen des Customer Relationship Marketings (CRM)
- Kundenbeziehungsstrategien
- Kundengewinnung, Kundenbindung und Kundenrückgewinnung
- Electronic Customer Relationship Marketing (eCRM)
- Operative und analytische CRM-Prozesse

Lehrmethoden:	Studienhefte, Übungsaufgaben, Video-Vorlesungen, Online-Tutorien	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms:: 10 ECTS von 120 ECTS = 8.33%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibungen	MWMA01 MWMA02 Modulklausur, 180 Min. (100 %)

Kursnummer: MWMA01	Kursname: Global Branding	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: Siehe Modulbeschreibung
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Starke Marken erzeugen eine große Strahlkraft auf Kunden wie Kapitalgeber und erhöhen das Commitment der Mitarbeiter mit dem Unternehmen. Sie schaffen nachhaltig Wert. Die Führung von Marken steht daher im Zentrum der marktorientierten Unternehmensführung. In einer Zeit, in der Produkte, Preise und Distribution immer ähnlicher werden, kommt der Marke zur Bildung und dem Ausbau langfristiger, profitabler Kundenbeziehungen eine immer höhere Bedeutung zu. Globales Wachstum in internationalen Märkten stellt dabei besondere Herausforderungen an das Markenmanagement von Unternehmen.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen und verstehen die Studierenden die wichtigsten Herausforderungen für internationale Marken. • sind die Studierenden in der Lage, die aktuelle Strategie einer Marke zu erkennen. • können die Studierenden den Markenwert einer Marke analysieren. • kennen die Studierenden die Faktoren, die zur Steigerung oder zum Verlust der konsumentenbasierten Markenwerte führen können. • können die Studierenden fundierte Ideen für zukünftige Optionen einer Markenstrategie entwickeln. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1 Notwendigkeit und Bedeutung der Markenführung</p> <p>1.1 Was ist eigentlich eine Marke?</p> <p>1.2 Rahmenbedingungen auf den Märkten</p> <p>1.3 Relevanz von Marken für Kunden</p> <p>1.4 Relevanz von Marken für Unternehmen</p> <p>2 Ziel der Markenführung</p> <p>2.1 Der Markenwert als Steuerungsgröße und das Festlegen der Markenziele</p> <p>2.2 Das Markensteuerrad zur Identitätsentwicklung von Marken</p> <p>2.3 Die Persönlichkeit einer Marke entwickeln</p> <p>3 Positionierung von Marken</p> <p>3.1 Was ist eigentlich eine Markenpositionierung?</p> <p>3.2 Unterschiedliche Positionierungsziele für Marken</p> <p>3.3 Umpositionierung von Marken</p>		

- 3.4 Umsetzung der gewünschten Markenpositionierung
- 3.5 Die Besonderheiten bei einer Globalisierung von Marken

4 Branding von Produkten

- 4.1 Den Markennamen festlegen
- 4.2 Das Markenzeichen entwickeln
- 4.3 Die Produkt- und Verpackungsgestaltung anpassen
- 4.4 Das Markenhandbuch erstellen
- 4.5 Die Markenschutzrechte kennen und anwenden

5 Anwendung der Markenelemente im Marketing-Mix

- 5.1 Die Markenkommunikation gestalten
- 5.2 Integrierte Kommunikation
- 5.3 Den Marketing-Mix ausbalancieren

6 Strategisches Marken-Management und Markentypen

- 6.1 Mono-, Familien- und Dachmarken schaffen
- 6.2 Management von Markenportfolios und Markenarchitekturen
- 6.3 Markenallianzen

7 Besonderheiten der Markenführung

- 7.1 Markenführung in Produktionsgütermärkten
- 7.2 Handelsmarken
- 7.3 Personal Branding
- 7.4 Employer Branding

8 Internationale Markenführung

- 8.1 Markteintrittsstrategien
- 8.2 Produktstandardisierung und Anpassung der Markenelemente
- 8.3 Das Image des Herkunftslandes

9 Marken-Controlling

- 9.1 Systematik des Marken-Controllings
- 9.2 Messung zentraler Kontrollgrößen
- 9.3 Qualitative Messverfahren

10 Messung des Markenstatus und des Markenwertes (Brand Equity)

- 10.1 Anlässe der Markenwertmessung
- 10.2 Diagnostische Messungen des Markenstatus
- 10.3 Evaluative Messungen des Markenwertes

Literatur:

Bücher:

- Aaker, D./Joachimsthaler, E. (2000): Brand Leadership. Free Press, New York. ISBN-13: 978-1439172919.
- Brandmeyer, K. et al. (2008): Marken stark machen. Techniken der Markenführung, Wiley-VCH, Weinheim. ISBN-13: 978-3527503308.
- de Chernatony, L./McDonald, M. (1998): Creating powerful brands in consumer, service and industrial markets. Butterworth Heinemann, Oxford et al. ISBN-13: 978-0750622400.
- Esch, F.-R. et al. (2014): Corporate Brand Management. Marken als Anker strategischer Führung von Unternehmen. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834934468.
- Gad, T. (2001) 4-D Branding. Cracking the Corporate Code of the Network Economy, Financial Times/Prentice Hall, London. ISBN-13: 978-0273653684.
- Gelder, S. v. (2003): Global Brand Strategy. Unlocking Brand Potential Across Countries, Cultures and Markets. Kogan Page, London. ISBN-13: 978-0749440237.
- Gregory, J. R./Weichmann, J. G. (2001): Branding Across Borders. A Guide to Global Brand Marketing. McGraw-Hill, New York. ISBN-13: 978-0658009457.
- Harvard Business School Press (Hrsg.) (1999): Harvard Business Review on Brand Management. Boston. ISBN-13: 978-1578511440.
- Keller, K. L. (2003): Best Practice Cases in Branding. Lessons from the World's Strongest Brands. Pearson, Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-0131411333.
- Keller, K. L. (2008): Strategic Brand Management. Building, Measuring and Managing Brand Equity. 3. Auflage, Pearson, Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-0131888654.
- Lindstrom, M. (2005): Brand Sense. Build Powerful Brands Through Touch, Taste, Smell, Sight, and Sound. Free Press, New York. ISBN-13: 978-0743267847.
- Meffert, H./Burmans, C./Koers, M. (Hrsg.) (2013): Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658007362.
- Roll, M.: (2005): Asian Brand Strategy. How Asia Builds Strong Brands. Palgrave Macmillan, Basingstoke (UK). ISBN-13: 978-1403992796.

Ausgewählte Artikel:

- Barron, J./Hollingshead, J. (2004): Brand Globally, Market Locally. In: Journal of Business Strategy, 25. Jg., Heft 1, S. 9-14.
- de Chernatony, L. (2002): Would a brand smell any sweeter by a corporate name? In: Corporate Reputation Review, 5. Jg., Heft 2/3, S. 114-132.
- de Chernatony, L./Dall'Olmo Riley, F. (1998): Defining a "Brand": Beyond the Literature with Experts' Interpretations. In: Journal of Marketing Management, 14. Jg., Heft 5, S. 417-443.
- Esch, F.-R. et al. (2006): Are brands forever? How brand knowledge and relationships affect current and future purchases. In: Journal of Product & Brand Management, 15. Jg., Heft 2, S. 98-105.
- Mudambi, S. (2002): Branding importance in business-to-business markets: Three buyer clusters. In: Industrial Marketing Management, 31. Jg., Heft 6, S. 525-533.
- Urde, M. (1999) Brand Orientation: A Mindset for Building Brands into Strategic Resources. In: Journal of Marketing Management, 15. Jg., Heft 1-3, S. 117-133.

Prüfungsleistungen:

- Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Kursnummer: MWMA02	Kursname: Customer Relationship Marketing	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: Siehe Modulbeschreibung
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Die Fähigkeit eines Unternehmens, durch ein systematisches Beziehungsmarketing Kunden dauerhaft an die Produkte- und/oder Serviceleistungen zu binden und dabei den Kundenlebenswert (Customer Lifetime Value) kontinuierlich zu steigern, gehört zu den am meisten wertschöpfenden Aktivitäten in der betrieblichen Praxis.</p> <p>Customer Relationship Marketing umfasst den Aufbau, die Intensivierung sowie die Sicherung dauerhafter und gewinnbringender Kundenbeziehungen. Mit diesem Verständnis vermittelt der Kurs grundlegendes Orientierungswissen, das für ein Verstehen des komplexen CRM-Ansatzes unabdingbar ist. Neben einer umfassenden Erläuterung der wesentlichen Begriffe und Zusammenhänge werden Managementkonzepte vorgestellt, anhand derer die einzelnen Phasen der Kundenbeziehung profitabel und kundengerecht ausgestaltet werden können.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen die Studierenden Verfahren der kundenwertorientierten Analyse strategischer Kundenportfolios. • verstehen die Studierenden die darauf aufbauende Planung, Umsetzung und Kontrolle wertorientierter Kundenbeziehungsstrategien. • können die Studierenden unter Berücksichtigung der Unternehmens-, Kunden- und Wettbewerbssituation entscheiden, ob Kundenbeziehungen systematisch entwickelt, vertieft oder aktiv beendet werden sollten. • verstehen die Studierenden die hohe Bedeutung des Beziehungsnutzens (Relational Benefits), seine marken- und personenbezogenen Bestimmungsfaktoren sowie seinen wertsteigernden Charakter für das Unternehmen. • verstehen die Studierenden, wie die Strukturen und Prozesse des Beziehungsmarketings mithilfe der modernen Unternehmensentwicklung derart zu organisieren sind, sodass der Wertschöpfungsbeitrag im Unternehmen maximal ist. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1 Begriff und Grundlagen des Customer Relationship Marketings (CRM)</p> <p>1.1 Konzept und Begriff des CRM</p> <p>1.2 Bedeutung des CRM für das Unternehmen</p> <p>1.3 Ziele und Strategien des CRMs</p> <p>1.4 Strukturen und Prozesse</p> <p>2 Kundenbeziehungsstrategien</p> <p>2.1 Determinanten der Kundenbindung</p> <p>2.2 Verhaltenswirkungen beim Kunden</p>		

2.3 Ermittlung des Kundenwertes

3 Kundengewinnung

3.1 Strategien der Kundenakquisition

3.2 Instrumente der Kundengewinnung

3.3 Neukundenmanagement

4 Kundenbindung

4.1 Kundenbindungsmanagement

4.2 Kundenprogramme und andere Kundenbindungsinstrumente

4.3 Beschwerdemanagement

5 Kundenrückgewinnung

5.1 Rückgewinnungsmanagement

5.2 Analyse der Abwanderung

5.3 Instrumente der Kundenrückgewinnung

6 Electronic Customer Relationship Marketing (eCRM)

6.1 Grundlagen des eCRMs

6.2 Instrumente des eCRM

6.3 Social CRM

7 Operative CRM-Prozesse

7.1 IT-Systeme im CRM

7.2 Kampagnen-Management

7.3 Lead-Management

8 Analytische CRM-Prozesse

8.1 Kundendaten als Basis

8.2 Datenverarbeitung in Data Warehouses und OLAP

8.3 Datenanalyse und Data Mining

9 CRM in ausgewählten Sektoren

9.1 CRM im Konsumgüterbereich

9.2 CRM im Investitionsgüterbereich

9.3 CRM im Dienstleistungssektor

Literatur:

- Bruhn, M./Homburg, C. (Hrsg.) (2010): Handbuch Kundenbindungsmanagement. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834914132.
- Conze, O. (2007): Kundenloyalität durch Kundenvorteile. Segmentspezifische Analyse und Implikationen für das Kundenbeziehungsmanagement. DUV/Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3835008786.
- Dowling, B. (2002): Customer Relationship Management: In B2C Markets, Often Less is More. In: California Management Review, 22. Jg., Heft 3, S. 113-125.
- Feistel, M. S. G. (2008): Strategisches Kundenbindungsmanagement. Modellrahmen und empirische Evidenz auf Basis einer kausalanalytischen Untersuchung in der Mineralölindustrie. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834913517.
- Grönroos, C. (2001): Service Management and Marketing. A Customer Relationship Management Approach. 2. Auflage, Wiley, Hoboken (NJ). ISBN-13: 978-0471720348.
- Gummesson, E. (2002): Total Relationship Marketing. Rethinking Marketing Management. 2. Auflage, Butterworth Heinemann, Oxford. ISBN-13: 978-0750654074.
- Hennig-Thurau, T./Hansen, U. (Hrsg.) (2000): Relationship Marketing. Gaining Competitive Advantage Through Customer Satisfaction and Customer Retention. Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3540669425.
- Hippner, H./Hubrich, B./Wilde, K. D. (Hrsg.) (2011): Grundlagen des CRM. Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834925503.
- Jaeck, H. F. (2011): Wertorientiertes Management von Kundenbeziehungen. Berechnung des Customer Lifetime Value und Einsatz als Steuerungsgröße im CRM. Kovac, Hamburg. ISBN-13: 978-3830055433.
- Kracklauer, A. H. (2005): Collaborative Customer Relationship Management. Taking CRM to the Next Level. Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3540002277.
- Prahalad, C. K. et al. (2002): Harvard Business Review on Customer Relationship Management. Harvard Business School Publishing, Boston. ISBN-13: 978-1578516995.
- Rossmann, A. (2010): Vertrauen in Kundenbeziehungen. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834921888.

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Modul

**Erfolgsorientiertes Controlling
(MWCO)**

10 ECTS

Modulbezeichnung:	Erfolgsorientiertes Controlling	
Modulnummer: MWCO	Semester: 3 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Pflicht, Wahlpflicht Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Erfolgsorientiertes Controlling I (MWCO01) • Erfolgsorientiertes Controlling II (MWCO02) 		Dauer: Selbststudium: 180 h Selbstüberprüfung: 60 h Tutorien: 60 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Jessica Hastenteufel
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master General Management • Master of Business Administration 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: Internationales Rechnungswesen und Finanzierung

Qualifikations- und Lernziele des Moduls:

Erfolgsorientiertes Controlling I:

Nach erfolgreichem Abschluss

- kennen die Studierenden die Unterschiede zwischen internem und externem Rechnungswesen.
- sind die Studierenden in der Lage, die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Rechenwerke zu nennen.
- gewinnen die Studierenden einen fundierten Einblick sowohl in die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungs-technischen Grundlagen der Kostenrechnung.
- sind die Studierenden in der Lage, alle kostenrelevanten Grundbegriffe einzuordnen und zu nutzen.
- verfügen die Studierenden über alle kalkulatorischen Fähigkeiten, die Kosten nach Arten, Stellen und Trägern zu berechnen und können die Überführung der Kosten zwischen diesen drei Kategorien durchführen.
- können die Studierenden Preis sowie Preise und Gewinnschwellen ermitteln.

Erfolgsorientiertes Controlling II:

Nach erfolgreichem Abschluss

- sind die Studierenden in der Lage, situationsbezogenen die verschiedenen Controlling-Instrumente als Lösungsansätze zu selektieren und anzuwenden.
- kennen die Studierenden die Unterschiede zwischen den verschiedenen Arten der Kostenrechnung.
- sind die Studierenden in der Lage, die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Methoden zu nennen.
- haben die Studierenden einen fundierten Einblick sowohl in die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungs-technischen Grundlagen der Planungsarten/-möglichkeiten gewonnen.
- sind die Studierenden in der Lage, alle controlling- und kostenrelevanten Einzelmethoden einzuordnen und zu nutzen.
- besitzen die Studierenden alle kalkulatorischen Fähigkeiten, um die alternative Planung der Gesamt- und Einzelkosten zu berechnen und die Kontrolle bzw. Optimierung der Kosten durchzuführen.

Lehrinhalt des Moduls:

Erfolgsorientiertes Controlling I:

- Rolle des Controllers im Unternehmen
- Überblick über Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung
- System der Teilkostenrechnung
- Break-even-Analyse
- Bestimmung des optimalen Produktionsprogramms
- Ermittlung von Preisgrenzen
- Festlegung von Verrechnungspreisen

Erfolgsorientiertes Controlling II:

- Die Grenzplankostenrechnung
- Relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
- Projektcontrolling
- Die Prozesskostenrechnung
- Budgetierung – traditionelle Ansätze
- Better Budgeting – ein neuer Ansatz zur Budgetierung
- Beyond Budgeting als Alternative zur traditionellen Budgetierung
- Budgetierung – Ansätze zur leistungsadäquaten Mittelverteilung
- Kostenmanagement
- Target Costing
- Benchmarking als Instrument des Kostenmanagements
- Die Balanced Scorecard

Lehrmethoden:	Studienhefte, Übungsaufgaben, Video-Vorlesungen, Online-Tutorien	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms:: 10 ECTS von 120 ECTS = 8.33%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibungen	MWCO01 MWCO02 Modulklausur 180 Min. (100 %)

Kursnummer: MWCO01	Kursname: Erfolgsorientiertes Controlling I	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht, Wahlpflicht Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: Siehe Modulbeschreibung
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
Beschreibung des Kurses: Der Kurs befasst sich mit Sachverhalten des betrieblichen Rechnungswesens. Der Schwerpunkt dieses Kurses liegt in der Darstellung der klassischen Ansätze der Kosten- und Leistungsrechnung auf Vollkostenbasis. Die Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) gehört neben der Finanzbuchhaltung zum betrieblichen Rechnungswesen und informiert das Unternehmen über die Wirtschaftlichkeit seines Kerngeschäfts. Die Kosten- und Leistungsrechnung dient damit der innerbetrieblichen Planung, Steuerung und Kontrolle durch die Unternehmensleitung. Neben der Einführung in die Grundbegriffe der KLR werden die vier wesentlichen Bestandteile der Istkostenrechnung erläutert. Als erstes wird die Kostenartenrechnung dargestellt, die vermittelt, welche Kosten in der Abrechnungsperiode entstanden sind. In der darauf aufbauenden Kostenstellenrechnung werden die entstandenen Kosten den verursachenden Betriebsteilen zugeordnet. In der Kostenträgerrechnung wird berechnet, wofür die Kosten angefallen sind. Die Kostenträgerrechnung unterscheidet nach Stückrechnung und Zeitrechnung. Zudem gibt es Einblicke in die Methoden der Preis- und Produktionsmengenfindung sowie die Ermittlung des Break-Even-Points als Einzelmethoden der Teilkostenbetrachtung. Kursziele: Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Studierenden die Unterschiede zwischen internem und externem Rechnungswesen. • sind die Studierenden in der Lage, die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Rechenwerke zu nennen. • gewinnen die Studierenden einen fundierten Einblick sowohl in die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungs-technischen Grundlagen der Kostenrechnung. • sind die Studierenden in der Lage, alle kostenrelevanten Grundbegriffe einzuordnen und zu nutzen. • verfügen die Studierenden über alle kalkulatorischen Fähigkeiten, die Kosten nach Arten, Stellen und Trägern zu berechnen und können die Überführung der Kosten zwischen diesen drei Kategorien durchführen. • können die Studierenden Preis sowie Preise und Gewinnschwellen ermitteln. Lehrmethoden: Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.. Inhalte des Kurses: 1. Rolle des Controllers im Unternehmen		

1.1 Begriff und Aufgaben des Controllings

1.2 Einordnung des Controllings im Unternehmen

1.3 Strategisches und operatives Controlling

2. Überblick über Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung

2.1 Einordnung in das betriebliche Rechnungswesen

2.2 Betriebswirtschaftliche Rechengrößen

2.3 Teilsysteme der Kosten- und Leistungsrechnung

3. Kostenartenrechnung

3.1 Aufgaben der Kostenartenrechnung

3.2 Kostendifferenzierung nach Art der Verrechnung

3.3 Kostendifferenzierung nach dem Verhalten bei Beschäftigungsschwankungen

3.4 Kostendifferenzierung nach Art der Kostenerfassung

3.5 Kostendifferenzierung nach Art der verbrauchten Produktionsfaktoren und weitere Differenzierungsmöglichkeiten

4. Kostenstellenrechnung

4.1 Grundsätze und Aufgaben der Kostenstellenrechnung

4.2 Ablauf der Kostenstellenrechnung

4.3 Sekundärkostenverrechnung – Anbauverfahren

4.4 Sekundärkostenverrechnung – Stufenleiterverfahren

4.5 Sekundärkostenverrechnung – Gleichungsverfahren

5. Kostenträgerrechnung

5.1 Aufgaben der Kostenträgerstückrechnung

5.2 Kostenträgerstückrechnung durch Divisionskalkulation

5.3 Kostenträgerstückrechnung durch Äquivalenzziffernkalkulation

5.4 Kostenträgerstückrechnung durch Zuschlagskalkulation

5.5 Kostenträgerzeitrechnung

6. System der Teilkostenrechnung

6.1 Vollkostenrechnung und Teilkostenrechnung

6.2 Grenzkostenrechnung

6.3 Einstufige Deckungsbeitragsrechnung

6.4 Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung

7. Break-even-Analyse

7.1 Break-even-Analyse bei Einproduktunternehmen

7.2 Analyse von Mengen-, Kosten- und Preisänderungen

7.3 Break-even-Analyse bei Mehrproduktunternehmen

8. Bestimmung des optimalen Produktionsprogramms

8.1 Grundlagen der Programmoptimierung

8.2 Produktionsprogramm bei Unterbeschäftigung

8.3 Produktionsprogramm bei einem Engpass

8.4 Produktionsprogramm bei mehreren Engpässen

8.5 Make-or-buy-Entscheidungen

9. Ermittlung von Preisgrenzen

- 9.1 Arten von Preisgrenzen
- 9.2 Preisuntergrenzen bei gegebenen Kapazitäten
- 9.3 Preisuntergrenzen bei veränderlichen Kapazitäten
- 9.4 Preisobergrenzen

10. Festlegung von Verrechnungspreisen

- 10.1 Funktionen von Verrechnungspreisen
- 10.2 Marktpreisorientierte Verrechnungspreise
- 10.3 Kostenorientierte Verrechnungspreise
- 10.4 Weitere Verrechnungspreise
- 10.5 Besonderheiten bei Konzernverrechnungspreisen

Literatur:

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T. (2009): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 7. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791028446.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2008): Kostenrechnung 1. Grundlagen. 10. Auflage, NWB, Herne/Berlin. ISBN-13: 978-3482707308.
- Eberlein, J. (2010): Betriebliches Rechnungswesen und Controlling. 2. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486596625.
- Rollwage, N. (2010): Kosten- und Leistungsrechnung. 7. Auflage, WRW, Köln. ISBN-13: 978-3034200257.
- Zingel, H. (2008): Kosten- und Leistungsrechnung. Wiley-VCH, Weinheim. ISBN-13: 978-3527503889.

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Kursnummer: MWCO02	Kursname: Erfolgsorientiertes Controlling II	Gesamtstunden: 150 h
Kurstyp: Pflicht, Wahlpflicht Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		ECTS Punkte: 5 ECTS Zugangsvoraussetzungen: Siehe Modulbeschreibung
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Der Kurs befasst sich mit Sachverhalten des betrieblichen Rechnungswesens und deren Einfluss auf das operative Controlling. Rechnungswesen und Controlling werden gegeneinander abgegrenzt, aber auch die vielfältigen Interdependenzen zwischen den einzelnen Anwendungsgebieten erläutert. Der Schwerpunkt dieses Kurses liegt in der Darstellung der Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie verschiedener spezieller Controllinginstrumente und Methoden.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind die Studierenden in der Lage, situationsbezogenen die verschiedenen Controlling-Instrumente als Lösungsansätze zu selektieren und anzuwenden. • kennen die Studierenden die Unterschiede zwischen den verschiedenen Arten der Kostenrechnung. • sind die Studierenden in der Lage, die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Methoden zu nennen. • haben die Studierenden einen fundierten Einblick sowohl in die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungs-technischen Grundlagen der Planungsarten/-möglichkeiten gewonnen. • sind die Studierenden in der Lage, alle controlling- und kostenrelevanten Einzelmethoden einzuordnen und zu nutzen. • besitzen die Studierenden alle kalkulatorischen Fähigkeiten, um die alternative Planung der Gesamt- und Einzelkosten zu berechnen und die Kontrolle bzw. Optimierung der Kosten durchzuführen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Die Grenzplankostenrechnung</p> <p>1.1 Systeme der Kostenrechnung: Warum Grenzplankostenrechnung?</p> <p>1.2 Vorgehensweise bei der Grenzplankostenrechnung</p> <p>1.3 Beurteilung und kritische Würdigung</p> <p>2. Relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung</p> <p>2.1 Systeme der Kostenrechnung: Was ist die relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung?</p> <p>2.2 Vorgehensweise bei der relativen Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung</p>		

2.3 Beurteilung und kritische Würdigung

3. Projektcontrolling

3.1 Warum Projektcontrolling?

3.2 Isolierte Kostenabweichungsanalysen

3.3 Integrierte Kosten- und Leistungsanalyse

4. Die Prozesskostenrechnung

4.1 Ziele und Aufgaben der Prozesskostenrechnung

4.2 Struktur und Durchführung der Prozesskostenrechnung

4.3 Beurteilung der Prozesskostenrechnung

5. Budgetierung - traditionelle Ansätze

5.1 Wesen, Zweck und Funktionen der Budgetierung

5.2 Budgetarten und Budgetierungsprozesse

5.3 Kritik an der traditionellen Budgetierungspraxis

6. Better Budgeting - ein neuer Ansatz zur Budgetierung

6.1 Maßnahmen des Better Budgeting

6.2 Better Budgeting in der Unternehmenspraxis

6.3 Kritische Würdigung des Better Budgeting

7. Beyond Budgeting als Alternative zur traditionellen Budgetierung

7.1 Ursprung und Grundlagen des Beyond Budgeting

7.2 Grundprinzipien des Beyond-Budgeting-Ansatzes

7.3 Praktische Umsetzbarkeit und kritische Würdigung des Beyond Budgeting

8. Budgetierung - Ansätze zur leistungsadäquaten Mittelverteilung

8.1 Wertanalytische Verfahren

8.2 Das Zero-Base-Budgeting

8.3 Das Planning - Programming - Budgeting

9. Kostenmanagement

9.1 Kostenrechnung versus Kostenmanagement

9.2 Ansatzpunkte des Kostenmanagements

9.3 Würdigung und praktische Umsetzungsmöglichkeiten

10. Target Costing

10.1 Warum Target Costing?

10.2 Ablauf des Target Costing

10.3 Beispiel für einen Target-Costing-Prozess

10.4 Würdigung des Target Costing

11. Benchmarking als Instrument des Kostenmanagements

11.1 Was ist Benchmarking?

11.2 Idealtypischer Benchmarking-Prozess

11.3 Praxisbeispiel bei der Tepcon AG

12. Die Balanced Scorecard

12.1 Grundgedanke der Balanced Scorecard

12.2 Perspektiven der Balanced Scorecard

12.3 Strategieumsetzung als zentraler Aspekt des Unternehmenserfolgs

12.4 Operationalisierung der Balanced Scorecard

12.5 Darstellung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen in der Strategy Map

Literatur:

- Däumler, K. D./Grabe, J. (2009): Kostenrechnung 2. Deckungsbeitragsrechnung. 9. Auflage, NWB, Herne/Berlin. ISBN-13: 978-3482707490.
- Eberlein, J. (2010): Betriebliches Rechnungswesen und Controlling. 2. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486596625.
- Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M. (2008): Controlling. 11. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800635214.
- Huch, B./Behme, W./Ohlendorf, T. (2004): Rechnungswesenorientiertes Controlling. 4. Auflage, Physica, Heidelberg. ISBN-13: 978-3790800945.
- Kaplan, R. S./Norton, D. P. (2001): Die strategiefokussierte Organisation. Führen mit der Balanced Scorecard. Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791018027.
- Remer, D. (2005): Einführen der Prozesskostenrechnung. Grundlagen, Methodik, Einführung und Anwendung der verursachungsgerechten Gemeinkostenzurechnung. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791024271.

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

Modul

**Kommunikation und Public Relations
(DLMWKPR)**

10 ECTS

Modulbezeichnung:	Kommunikation und Public Relations	
Modulnummer: DLMWKPR	Semester: 3 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation und Public Relations I (DLMWKB01) • Kommunikation und Public Relations II (DLMWKB02) 		Dauer: Selbststudium: 220 h Selbstüberprüfung: 40 h Tutorien: 40 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Dirk Battenfeld
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master Marketingmanagement, MMM-60 + MMM-120 • Master Personalmanagement, MPM-120 • Master Wirtschaftsinformatik, MWINF-120 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Konsumentenverhalten und Marktforschung • Online- und Social Media • Internationales Marketing • Strategisches Management
Qualifikations- und Lernziele des Moduls:		
<p>Kommunikation und Public Relations I+II</p> <p>Im Rahmen des Marketing-Mix übernehmen insbesondere die Kommunikationsinstrumente die Vermittlung der Markenpositionierung und der zentralen Markenwerte. Dabei wird es für Unternehmen immer schwieriger, sich im Informations- und Kommunikationswettbewerb durchzusetzen. Ursache hierfür liegen nicht nur in der steigenden Vielzahl um Aufmerksamkeit ringender Wettbewerber und Botschaften, sondern auch in der sich laufend verändernden Medienwelt.</p> <p>Mithilfe des Moduls und den Inhalten der Veranstaltungen „Kommunikation und Public Relations I+II“ werden</p> <ul style="list-style-type: none"> • zum einen den Studierenden das vollständige Instrumentarium der Kommunikationspolitik anwendungsorientiert dargestellt und kritisch gewürdigt sowie der gesamte Prozess der Kommunikationsplanung vertiefend beleuchtet (Kommunikationspolitik und Public Relations I) und • zum anderen auf Basis eines tiefen Verständnisses der Wahrnehmungsprozesse der Konsumenten konkrete Handlungs- und Gestaltungsempfehlungen zur wirksamen Umsetzung von Kommunikation und Public Relations abgeleitet (Kommunikationspolitik und Public Relations II). 		
Lehrinhalt des Moduls:		

Kommunikation und Public Relations I:

- Rahmenbedingungen und strategische Zielsetzung von Kommunikation und Public Relations
- Darstellung, kritische Würdigung und Anwendungsfelder der einzelnen Instrumente des Kommunikationsmix
- Strategische und operative Planung der Kommunikations- und Public Relations Maßnahmen inkl. Agentursteuerung und Budgetplanung

Kommunikation und Public Relations I:

- Einführung in die grundlegenden Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozesse auf Seiten der Zielgruppen
- Ableitung zentraler Umsetzungsanforderungen an die Gestaltung wirksamer Kommunikation und Identifikation von Handlungsempfehlungen zur Gestaltung von Kommunikationsbotschaften
- Darstellung zentraler Ansätze und Instrumente zur Messung von Kommunikationswirkung

Lehrmethoden:	Studienhefte, Übungsaufgaben, Video-Vorlesungen, Online-Tutorien	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms:: 10 ECTS von 120 ECTS = 8.33%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung(en)	DLMWKB01: Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (50 %) DLMWKB02: Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (50 %)

Kursnummer: DLMWKB01	Kursname: Kommunikation und Public Relations I	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: Siehe Modulbeschreibung
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Die Studierenden lernen die Rahmenbedingungen der Kommunikation im Kontext der vergangenen, aktuellen und künftigen Entwicklung der Medienlandschaft einzuschätzen. Auf Basis des Zielsystems der Kommunikation werden hierauf aufbauend grundsätzliche Strategieoptionen der Kommunikation gemeinsam theoretisch fundiert erarbeitet. Mithilfe dieser wissenschaftlichen Grundlage werden die alternativen Instrumente des Kommunikationsmix kritisch gewürdigt und hinsichtlich ihrer Eignung zur Erreichung alternativer Kommunikationsziele beurteilt. Praxisbeispiele und die Diskussion unterschiedlicher Anwendungsmöglichkeiten ergänzen die Betrachtungen.</p> <p>Darüber hinaus werden die Grundlagen der Kommunikations- und Medienplanung, der Kommunikationsbudgetbestimmung und Agenturauswahl und -steuerung vermittelt.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Rahmenbedingungen der Kommunikation kennen und die hieraus entstehenden Konsequenzen für die Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen einschätzen können. • mit den Zielsystem der Kommunikation vertraut sein. • in der Lage sein, alternative Strategien der Kommunikationspolitik zu identifizieren, zu bewerten und im Kontext der eigenen Zielvorstellungen weiterzuentwickeln. • die zentralen Kommunikationsinstrumente kennen und die Vor- und Nachteile der jeweiligen Maßnahmen beurteilen können. • über die Kompetenz zur Umsetzung von Kommunikationsstrategien in Form der Gestaltung von konkreten Maßnahmen und Instrumenten insbesondere in Form einer integrierten Kommunikation verfügen. • die wesentlichen Aspekte der strategischen und operativen Kommunikationsplanung kennen und Ansätze und Möglichkeiten zur Budgetierung und Mediaplanung sowie zur Agentursteuerung kennen. • mit den neuesten Zukunftstrends der Kommunikations- und Markenpolitik vertraut sein. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Grundlagen Kommunikation und PR</p> <p>1.1 Kommunikation</p> <p>1.2 Ebenen der Kommunikation</p> <p>1.3 Public Relations</p> <p>2. Rahmenbedingungen Kommunikation</p> <p>2.1 Entwicklungsphasen der Kommunikation</p>		

2.2 Die Medienlandschaft

2.3 Informationsüberlutung

2.4 Paradigmenwechsel

3. Kommunikationspolitik

3.1 Kommunikation und PR im Unternehmen

3.2 Ziele und Anspruchsgruppen

3.3 Integrierte Kommunikation

4. Kommunikationsstrategien

4.1 Markt und Positionierung

4.2 Zielgruppenplanung

4.3 Kommunikationsstrategien

5. Kommunikationsinstrumente

5.1 Strukturierung der Kommunikationsinstrumente

5.2 Werbung

5.3 Social Media und Web 2.0

5.4 Public Relations

6. Organisation der Kommunikation

6.1 Kommunikationspraxis

6.2 Der Planungsprozess

6.3 Der Planungsprozess

7. Organisation der Kommunikation II

7.1 Agenturen: Auswahl und Briefing

7.2 Budgetierung

8. Entwicklungen

8.1 Unternehmenskommunikation heute und morgen

8.2 Neuromarketing

8.3 Storytelling

8.4 Mobile Marketing

8.5 Weitere Entwicklungen

Literatur:

- Belch, G. E./Belch, M. A. (2011): Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill, London. ISBN-13: 978-0071314407.
- Bentele, G./Fröhlich, R./Szyszka, P. (Hrsg.) (2005): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. VS Verlag, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3531137551.
- Bruhn, M. (2009): Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation. Strategische Planung und operative Umsetzung. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791028781.
- Bruhn, M. (2009): Übungsbuch zur Kommunikationspolitik. Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800635825.
- Bruhn, M. (2013): Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. 7. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800645497.
- Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R. (2011): Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse. 7. Auflage, Kohlhammer, München. ISBN-13: 978-3170206090.
- Kunczik, M. (2002): Public Relations. Konzepte und Theorien. Böhlau UTB, Köln/Weimar/Wien. ISBN-13: 978-3825222772.
- Rossiter, J. R./Bellman, S. (2005): Marketing Communications. Theory and Applications, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-1741032697.
- Mast, C. (2002): Unternehmenskommunikation. UTB, Stuttgart. ISBN-13: 978-3828202016.
- Ruler, B. v./Vercic, D. (Hrsg.) (2004). Public Relations and Communication Management in Europe. De Gruyter, Berlin/New York. ISBN-13: 978-3110176124.
- Schweiger, G./Schrattenecker, G. (2013): Werbung. 8. Auflage, UTB Konstanz/München. ISBN-13: 978-3825238452.

Prüfungsleistungen:

Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 110
Selbstüberprüfung (in Std.): 20
Tutorien (in Std.): 20

Kursnummer: DLMWKB02	Kursname: Kommunikation und Public Relations II	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: DLMWKB01
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Dieser Kurs erweitert und fundiert das Verständnis der Kommunikations- und Public Relations-Politik um zentrale Erkenntnisse der Konsumentenwahrnehmung. Die Studierenden lernen, grundlegende Wahrnehmungs- und Wirkmechanismen von Kommunikation aus Sicht der Zielgruppen einzuschätzen.</p> <p>Zentrale Anforderungen zur Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen und -inhalten werden auf Basis dieser Erkenntnisse abgeleitet und identifiziert. Techniken und Handlungsempfehlungen zur Erzielung von Werbeaufmerksamkeit, zur Informations- und Erlebnisvermittlung und zur Steigerung der Lernwirkung der Kommunikation können so erarbeitet und anhand von Praxisbeispielen vertieft werden.</p> <p>Darüber hinaus lernen die Studierenden die unterschiedlichen Ansätze und Instrumente zur Erfolgs- und Wirkungsmessung von Kommunikation kennen und verstehen, welches Instrument für welche Fragestellung und unter welchen Voraussetzungen das jeweils geeignete ist.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden Wahrnehmungs- und Beurteilungsprozesse der Kommunikation kennen. • Konsequenzen hieraus für die Entwicklung von Kommunikationsbotschaften ziehen und Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten zur Steigerung der Kommunikationswirkung entwickeln können. • in der Lage sein, unterschiedliche Kommunikationsmaßnahmen hinsichtlich ihrer Wirkung beim Rezipienten zu beurteilen und Optimierungsmöglichkeiten entwickeln zu können. • alternative Instrumente zur Messung der Wirkung Kommunikation kennen, deren Vor- und Nachteile einschätzen und selber diese Instrumente im Unternehmensalltag einsetzen zu können. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Wahrnehmung der Kommunikation</p> <p>1.1 Die Wirkung von Kommunikation 1.2 Psychologische und neurowissenschaftliche Erkenntnisse 1.3 Bild, Text und Ton in der Kommunikation</p> <p>2. Umsetzungsanforderungen: Organisation und Positionierung</p> <p>2.1 Integrierte Kommunikation 2.2 Positionierung</p>		

3. Umsetzungsanforderungen: Ausgangssituation, Ziele und Zielgruppen

3.1 Kommunikative Ausgangssituation

3.2 Ziele und Zielplanung

3.3 Zielgruppen

4. Planung, Konzeption und Inszenierung

4.1 Strategie und Planung

4.2 Konzeptionsarbeit

4.3 Dramaturgie und Inszenierung

5. Der Medienmix - Praxisbeispiele

5.1 Fernsehwerbung

5.2 Livekommunikation

5.3 Public Relations

6. Social Media im Kommunikationsmix

6.1 Owned, Paid and Earned Media

6.2 Social Media und Unternehmenskommunikation

7. Kommunikations-Controlling

7.1 Wertschöpfung durch Kommunikation

7.2 Strategisches und operatives Kommunikations-Controlling

7.3 Instrumente

8. Kommunikation verpflichtet

8.1 Gesellschaftsorientierte Kommunikation

8.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

8.3 Rechtliche Grundlagen

Literatur:

- Belch, G. E./Belch, M. A. (2011): Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill, London. ISBN-13: 978-0071314407.
- Bentele, G./Fröhlich, R./Szyszka, P. (Hrsg.) (2005): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. VS Verlag, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3531137551.
- Bruhn, M. (2009): Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation. Strategische Planung und operative Umsetzung. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791028781.
- Bruhn, M. (2009): Übungsbuch zur Kommunikationspolitik. Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800635825.
- Bruhn, M. (2013): Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. 7. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800645497.
- Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R. (2011): Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse. 7. Auflage, Kohlhammer, München. ISBN-13: 978-3170206090.
- Kunczik, M. (2002): Public Relations. Konzepte und Theorien. Böhlau UTB, Köln/Weimar/Wien. ISBN-13: 978-3825222772.
- Rossiter, J. R./Bellman, S. (2005): Marketing Communications. Theory and Applications, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-1741032697.
- Mast, C. (2002): Unternehmenskommunikation. UTB, Stuttgart. ISBN-13: 978-3828202016.
- Ruler, B. v./Vercic, D. (Hrsg.) (2004). Public Relations and Communication Management in Europe. De Gruyter, Berlin/New York. ISBN-13: 978-3110176124.
- Schweiger, G./Schrattenecker, G. (2013): Werbung. 8. Auflage, UTB Konstanz/München. ISBN-13: 978-3825238452.

Prüfungsleistungen:

Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 110

Selbstüberprüfung (in Std.): 20

Tutorien (in Std.): 20

Modul

**Organisations- und
Personalentwicklung (DLMWOP)**

10 ECTS

Modulbezeichnung:	Organisations- und Personalentwicklung	
Modulnummer: DLMWOP	Semester: 3 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Talentmanagement und Personalentwicklung (DLMTUP01) • Change Management und Organisationsentwicklung (DLMCMO01) 		Dauer: Selbststudium: 200 h Selbstüberprüfung: 50 h Tutorien: 50 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Nicole Richter
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master Personalmanagement, MPM-120 • Master Marketingmanagement, MMM-120 • Master Wirtschaftsinformatik, MWINF-120 		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Human Resource Management • Employer Branding und Recruiting • Seminar Internationales HR Management • Compensation und Personalcontrolling

Qualifikations- und Lernziele des Moduls:

Talentmanagement und Personalentwicklung

- können die Studierenden die Bereiche Talentmanagement und Personalentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einordnen.
- kennen die Studierenden die ethischen Rahmenbedingungen von Talentmanagement und Personalentwicklung.
- kennen die Studierenden die Ziele, Methoden und Instrumente von Talentmanagement und Personalentwicklung.
- verstehen die Studierenden die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Talentmanagement und Personalentwicklung.
- haben die Studierenden alternative Möglichkeiten der Organisation von Talentmanagement und Personalentwicklung kennengelernt.
- wissen die Studierenden um die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Talentmanagement und Personalentwicklung.
- wissen die Studierenden um die Besonderheiten des internationalen Talentmanagements und der internationalen Personalentwicklung.

Change Management und Organisationsentwicklung

- die Bereiche Change Management und Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- die Ziele, Methoden und Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu erläutern.
- die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Change Management und Organisationsentwicklung zu verstehen.
- alternative Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen. Sie wissen außerdem, wie sich Change Management und Organisationsentwicklung umsetzen lassen.
- die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Change Management und Organisationsentwicklung zu erläutern.
- die Besonderheiten von Change Management und Organisationsentwicklung in internationalen Unternehmen zu erklären.

Lehrinhalt des Moduls:

Talentmanagement und Personalentwicklung

- Grundlagen von Talentmanagement und Personalentwicklung
- Grundlagen von Talentmanagement und Personalentwicklung
- Kompetenz- und Performance-Management
- E-Learning & Blended Learning
- Management-Development
- Talent-Relationship-Management
- Organisatorische Implementierung
- Erfolgskontrolle von Talentmanagement und Personalentwicklung
- Internationales Talentmanagement und Personalentwicklung
- Anwendungsbeispiel: ABB

Change Management und Organisationsentwicklung

- Theoretische Modelle der Organisationsentwicklung
- Theoretische Modelle des Changemanagements
- Instrumente und Methoden
- Organisatorische Implementierung
- Erfolgskontrolle
- Besonderheiten in internationalen Unternehmen

Lehrmethoden:

Studienhefte, Übungsaufgaben, Video-Vorlesungen, Online-Tutorien

Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms:: 10 ECTS von 120 ECTS = 8.33%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibungen	DLMTUP01: Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (50 %) DLMCMO01: Klausur, 90 Min. (50 %)

Kursnummer: DLMTUP01	Kursname: Talentmanagement und Personalentwicklung	Gesamtstunden: 150 h
Kurstyp: Pflicht, Wahlpflicht Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		ECTS Punkte: 5 ECTS Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Der demographische Wandel in Deutschland zwingt Unternehmen aktuell dazu, Talente zu finden, zu fördern, weiterzuentwickeln und zu binden. Das Personalmanagement ist folglich mit der kontinuierlichen Aufgabe konfrontiert, sowohl das Talentmanagement als auch die damit eng verbundene Personalentwicklung so zeitgemäß und effizient wie möglich zu gestalten. Dieses Verständnis gilt es den Studierenden im Rahmen des Kurses zu präsentieren und ihnen das notwendige Handwerkszeug zur Umsetzung von Talentmanagement- und Personalentwicklungsaktivitäten zu vermitteln.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Studierenden die Bereiche Talentmanagement und Personalentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einordnen. • kennen die Studierenden die ethischen Rahmenbedingungen von Talentmanagement und Personalentwicklung. • kennen die Studierenden die Ziele, Methoden und Instrumente von Talentmanagement und Personalentwicklung. • verstehen die Studierenden die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Talentmanagement und Personalentwicklung. • haben die Studierenden alternative Möglichkeiten der Organisation von Talentmanagement und Personalentwicklung kennengelernt. • wissen die Studierenden um die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Talentmanagement und Personalentwicklung. • wissen die Studierenden um die Besonderheiten des internationalen Talentmanagements und der internationalen Personalentwicklung. • kennen die Studierenden aktuelle Anwendungsbeispiele und Best Practice von Talentmanagement und Personalentwicklung. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Grundlagen von Talentmanagement und Personalentwicklung</p> <p>1.1 Begriffe und Definitionen</p> <p>1.2 Rechtliche Grundlagen</p> <p>1.3 Der demographische Wandel</p> <p>1.4 Ethische Rahmenbedingungen</p>		

2. Kompetenz- und Performance-Management

2.1 Kompetenz- und Skill-Management

2.2 Performance und Potenzial

3. E-Learning & Blended Learning

3.1 Besonderheiten und Rahmenbedingungen

3.2 Planung, Ausgestaltung und Kontrolle

3.3 IT-Grundlagen

4. Management-Development

4.1 Leadership Development

4.2 360 °-Feedback

4.3 Coaching und Mentoring

5. Talent Relationship Management

5.1 Zielgruppendefinition

5.2 Arbeitgebersversprechen

5.3 Suchstrategien

5.4 Kandidatenbindung

6. Organisatorische Implementierung

6.1 Verantwortlichkeiten und Struktur

6.2 Rolle der Führungskräfte

6.3 IT-Systeme für Talentmanagement und Personalentwicklung

6.4 Talentmanagement und Personalentwicklung in Großunternehmen und KMUs am Beispiel der Banken

7. Erfolgskontrolle von Talentmanagement und Personalentwicklung

7.1 Kennzahlen und KPIs

7.2 Problematik der Erfolgskontrolle

8. Internationales Talentmanagement und Personalentwicklung

8.1 Internationale Personalentwicklung

9. Ein Anwendungsbeispiel: ABB

9.1 Talentmanagement und Personalentwicklung bei ABB

Literatur:

Bücher:

- Becker, M. (2013): Personalentwicklung. Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791032436.
- Berger, L. A./Berger, D. A. (Hrsg.) (2010): The Talent Management Handbook. 2. Auflage, McGraw-Hill, New York et al. ISBN-13: 978-0071739054.
- Bröckermann, R./Pepels, W. (Hrsg.) (2002): Personalmarketing. Akquisition – Bindung – Freistellung. Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791020419.
- Bröckermann, R./Müller-Vorbrüggen, M. (Hrsg.) (2010): Handbuch Personalentwicklung. Die Praxis der Personalbildung, Personalförderung und Arbeitsstrukturierung. 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791029290.
- Dessler, G. (2013): Human Resource Management. 13. Auflage, Prentice Hall, Boston et al. ISBN-13: 978-0132668217.
- Grote, S./Kauffeld, S./Frieling, E. (Hrsg.) (2012): Kompetenzmanagement. Grundlagen und Praxisbeispiele. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791029566.
- Kröger, H./Reisky, A. (2004): Blended learning. Erfolgsfaktor Wissen. Bertelsmann, Bielefeld. ISBN-13: 978-3763931415.
- Meifert, M. T. (Hrsg.) (2010): Strategische Personalentwicklung. Ein Programm in acht Etappen. 2. Auflage, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3642043994.
- Ritz, A./Thom, N. (Hrsg.) (2011): Talent Management. Talente identifizieren, Kompetenzen entwickeln, Leistungsträger erhalten. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834931740.
- Scullion, H./Collings, D. G. (Hrsg.) (2011): Global Talent Management. Routledge, New York et al. ISBN-13: 978-0415871716.
- Trost, A. (2012): Talent Relationship Management. Personalgewinnung in Zeiten des Fachkräftemangels. Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3642170775.
- Trost, A./Jenewein, T. (Hrsg.) (2011): Personalentwicklung 2.0. Lernen, Wissensaustausch und Talentförderung der nächsten Generation. Luchterhand, München. ISBN-13: 978-3472078784.

Handwörterbücher:

- Gaugler, E./Oechsler, W. A./Weber, W. (Hrsg.) (2004): Handwörterbuch des Personalwesens. 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791080499.
- Kieser, A./Reber, G./Wunderer, R. (Hrsg.) (1995): Handwörterbuch der Führung. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791080284.

Zeitschriften:

- Human Resources Manager
- Human Resource Management Journal
- Human Resource Management Review
- International Journal of Applied HRM
- Personal Quarterly
- Personalmagazin
- Personalwirtschaft
- Personalführung
- Die Mitbestimmung
- The International Journal of Human Resource Management
- Zeitschrift für Personalforschung

Prüfungsleistungen:

Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 110

Selbstüberprüfung (in Std.): 20

Tutorien (in Std.): 20

Kursnummer: DLMCM001	Kursname: Change Management und Organisationsentwicklung	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht, Wahlpflicht Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Unternehmen – sowohl Großunternehmen als auch KMUs – sind vor dem Hintergrund der aktuellen Rahmenbedingungen ständig mit der Notwendigkeit konfrontiert, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und die Organisation bzw. Struktur entsprechend anzupassen und zu verändern. Diese Transformationsprozesse werden insbesondere von den Mitarbeitern eines Unternehmens häufig als schmerzlich empfunden: Unsicherheiten, Widerstände und Ängste entstehen. Mithilfe von Konzepten und Methoden zu Change Management und Organisationsentwicklung lassen sich diese negativen Konsequenzen aus Veränderungsprozessen mildern. Im Rahmen des Kurses gilt es, dieses Verständnis den Studierenden zu präsentieren und ihnen das notwendige „Handwerkszeug“ zur Umsetzung von Aktivitäten im Hinblick auf Change Management und Organisationsentwicklung zu vermitteln.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Kurses Change Management und Organisationsentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Studierenden die Bereiche Change Management und Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einordnen. • kennen die Studierenden die Ziele, Methoden und Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung. • verstehen die Studierenden die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Change Management und Organisationsentwicklung. • haben die Studierenden alternative Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung kennengelernt und wissen, wie sich Change Management und Organisationsentwicklung umsetzen lassen. • wissen die Studierenden um die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Change Management und Organisationsentwicklung. • wissen die Studierenden um die Besonderheiten von Change Management und Organisationsentwicklung in internationalen Unternehmen. • kennen die Studierenden aktuelle Anwendungsbeispiele und Best Practice von Change Management und Organisationsentwicklung. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Grundlagen von Change Management und Organisationsentwicklung</p> <p>1.1 Externe und interne Rahmenbedingungen</p> <p>1.2 Grundlagen von Aufbau- und Prozessorganisation</p>		

1.3 Begriffe und Definitionen

2.Theoretische (Prozess- und Phasen-) Modelle von Change Management und Organisationsentwicklung

2.1 Klassische Organisationsansätze

2.2 Moderne Organisationsansätze

2.3 Aktuelle Themen der Organisationsstrukturen

3. Theoretische Modelle des Changemanagements

3.1 Vier Typen des organisatorischen Wandels

3.2 Phasenmodell zum Changemanagement nach Lewin

3.3 Ursache-Wirkungs-Modell für Performance und Veränderung nach Burke/ Litwin

3.4 Zwei psychologische Modelle zum organisationalen Wandel

4. Instrumente und Methoden

4.1 Vorgehensweise zur Implementierung von Change

4.2 Kommunikation von Change

4.3 Weitere Instrumente zur Implementierung von Change

5. Organisatorische Implementierung

5.1 Organisatorische Barrieren und Widerstände

5.2 Struktur und Verantwortlichkeiten

5.3 Konfliktmanagement: Kommunikation in Transformationsprozessen

6. Erfolgskontrolle von Change Management und Organisationsentwicklung

6.1 Kennzahlen und KPIs

6.2 Expansion und Kontraktion im Changemanagement / Kennzahlen im St. Galler Management-Modell nach Bleicher

6.3 Weitere Themen bei der Erfolgskontrolle

7. Besonderheiten in internationalen Unternehmen

7.1 Kulturelle Dimensionen nach Hofstede

7.2 Kommunikation in internationalen Changeprojekten

Literatur:

Bücher:

- Bea, F. X./Göbel, E. (2010): Organisation. Theorie und Gestaltung. 4. Auflage, UTB, Stuttgart. ISBN-13: 978-3825220778.
- Dessler, G. (2013): Human Resource Management. 13. Auflage, Prentice Hall, Boston et al. ISBN-13: 978-0132668217.
- Frese, E./Graumann, M./Theuvsen, L. (2012): Grundlagen der Organisation. Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung. 10. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834930293.
- Grossmann, R./Mayer, K./Prammer, K. (Hrsg.) (2013): Organisationsentwicklung konkret. 11 Fallbeispiele für betriebliche Veränderungsprojekte, Band 2. Springer VS, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658015312.
- Kesler, G./Kates, A. (2011): Leading Organization Design. How to Make Organization Design Decisions to Drive the Results You Want. Jossey-Bass, San Francisco (CA). ISBN-13: 978-0470589595.
- Kotter, J. P. (2011): Leading Change. Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern. Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800637898.
- Kotter, J./Rathgeber, H. (2006): Das Pinguin-Prinzip. Wie Veränderung zum Erfolg führt. Droemer, München. ISBN-13: 978-3426274125.
- Mohr, N. et al. (Hrsg.) (2010): Herausforderung Transformation. Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3642025273.
- Rohm, A. (Hrsg.) (2012): Change-Tools. Erfahrene Prozessberater präsentieren wirksame

Workshop-Interventionen. 5. Auflage, managerSeminare, Bonn. ISBN-13: 978-3936075397.

- Schiersmann, C./Thiel, H.-U. (2014): Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. 4. Auflage, Springer VS, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658034849.
- Schreyögg, G./Geiger, D. (2016): Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834944849.
- Vahs, D. (2015): Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch. 8. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791034375.

Aufsätze:

- Braun, G./Höhmman, I. (2012): Die Ausnahmen und die Regel. In: Harvard Business Manager, Heft 12/2012, S. 38-43.
- Kotter, J. P. (2007): Leading Change. Why Transformation Efforts Fail. In: Harvard Business Review, Heft 01/2007, S. 92-107.
- Kotter, J. P. (2012): Die Kraft der zwei Systeme. In: Harvard Business Manager, Heft 12/2012, S. 22-36.

Handwörterbücher:

- Gaugler, E./Oechsler, W. A./Weber, W. (Hrsg.) (2004): Handwörterbuch des Personalwesens. 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791080499.
- Kieser, A./Reber, G./Wunderer, R. (Hrsg.) (1995): Handwörterbuch der Führung. 2. Auflage, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791080284.

Zeitschriften:

- Human Resources Manager
- Human Resource Management Journal
- Human Resource Management Review
- International Journal of Applied HRM
- Organisationsentwicklung : Zeitschrift für Unternehmensentwicklung und Change Management
- Personal Quarterly
- Personalmagazin
- Personalwirtschaft
- Personalführung
- Die Mitbestimmung
- The International Journal of Human Resource Management
- Zeitschrift für Personalforschung

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

Modul

**Recht der Arbeitsverhältnisse
(DLMRAV)**

10 ECTS

Modulbezeichnung:	Recht der Arbeitsverhältnisse	
Modulnummer: DLMRAV	Semester: 3 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Individuelles Arbeitsrecht (DLMRAV01) • Aktuelle Themen im Kollektiven Arbeitsrecht (DLMRAV02) 		Dauer: Selbststudium: 210 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 60 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Stefanie André
Bezüge zu anderen Programmen:		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Methodik • Management • Human Resource Management

Qualifikations- und Lernziele des Moduls:**Individuelles Arbeitsrecht**

Nach erfolgreichem Abschluss

- kennen die Studierenden die Begründung eines Arbeitsverhältnisses und den Abschluss eines Arbeitsvertrages, insbesondere dessen Ausgestaltung sowie das befristete und das Probearbeitsverhältnis.
- können die Studierenden die Wirksamkeit von Fragen im Bewerbungsgespräch und auch die Nichtigkeit eines Arbeitsvertrages beurteilen.
- beherrschen die Studierenden den Grundsatz „Kein Lohn ohne Arbeit“ und die Ausnahmen von diesem Grundsatz.
- haben die Studierenden verstanden, warum der Arbeitnehmer im Schadenersatzrecht privilegiert wird.
- kennen die Studierenden die Beendigung des Arbeitsvertrages, insbesondere durch ordentliche und außerordentliche Kündigung und können den besonderen Kündigungsschutz einzelner Arbeitnehmer sowie die Voraussetzungen des Kündigungsschutzgesetzes beurteilen.
- kennen die Studierenden den Arbeitsprozess, die Arbeitsgerichte und die Einzelheiten einer Kündigungsschutzklage.

Seminar Kollektives Arbeitsrecht

Nach erfolgreichem Abschluss werden Studierende

- mit den Bereichen Recherche, Methodik und Analyse bei rechtlichen Fragestellungen vertraut sein.
- unterschiedlichste Themen aus dem Bereich des Arbeitsrechts inhaltlich selbstständig sowie wissenschaftlich ausarbeiten können.
- ihre analytischen Kompetenzen mit Bezug auf das Feld Arbeitsrecht weiterentwickelt haben.
- in der Lage sein, selbstständig Arbeiten in diesem oder größerem Umfang zu erstellen.
- die Fähigkeit erworben haben, Gesetzgebung und Rechtsprechung hinsichtlich neuer Erkenntnisse sowie theoretischer Bezüge eigenständig kritisch zu hinterfragen und im Sinne der Zielsetzung ihrer eigenen Seminararbeit zu interpretieren.

Lehrinhalt des Moduls:**Individuelles Arbeitsrecht**

- Begründung des Arbeitsverhältnisses
- Mängel und Leistungsstörungen
- Beendigung des Arbeitsverhältnisses
- Kündigungsschutz

Seminar Kollektives Arbeitsrecht

- Betriebsverfassungsrecht
- Koalitions- und Tarifvertragsrecht

Lehrmethoden:**Literatur:**

Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen

Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms::

10 ECTS von 120 ECTS
= 8.33%

Prüfungszulassungsvoraussetzung:**Abschlussprüfungen:**

	Siehe Kursbeschreibungen	<ul style="list-style-type: none">• DLMRAV01: Klausur 90 Min. (50%)• DLMRAV02: Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit (50%)
--	--------------------------	--

Kursnummer: DLMRAV01	Kursname: Individuelles Arbeitsrecht	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: Siehe Modulbeschreibung
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Den Studierenden soll vermittelt werden, dass Arbeitnehmer wegen ihrer persönlichen Abhängigkeit gegenüber dem Arbeitgeber durch die arbeitsrechtlichen Vorschriften besonders geschützt werden sollen. Die Begründung des Arbeitsverhältnisses durch Ausschreibung, das Vorstellungsgespräch und das Fragerecht des Arbeitgebers wird auf der Ebene der Vertragsanbahnung dargestellt. Die Studierenden werden lernen, dass auch bei Abschluss des Arbeitsvertrages der Grundsatz der Vertragsfreiheit gilt, dieser aber wiederum zum Schutz des Arbeitnehmers zahlreiche Einschränkungen erfahren hat. Als besondere Arbeitsverhältnisse lernen Studierende das befristete Arbeitsverhältnis, das Probearbeitsverhältnis und das Leiharbeitsverhältnis kennen. Den Studierenden soll der Zusammenhang zwischen Lohn und Arbeit vermittelt werden. Sie lernen den Grundsatz „Kein Lohn ohne Arbeit“ und die Ausnahmen von diesem Grundsatz, den Annahmeverzug des Arbeitgebers, die persönlichen Hinderungsgründe des Arbeitnehmers, das Betriebsrisiko und die Entgeltfortzahlung im Krankheitsfalle kennen. Ihnen wird dann die Haftung im Arbeitsrecht auf Schadensersatz und insbesondere die Haftungsprivilegierung des Arbeitnehmers dargestellt.</p> <p>Im Mittelpunkt des Kurses steht die Beendigung des Arbeitsverhältnisses durch Vertragsaufhebung, ordentliche und außerordentliche Kündigung und die Änderungskündigung. Der besondere Kündigungsschutz von Schwangeren, Eltern, Auszubildenden, Vertretern der Arbeitnehmerseite und Schwerbehinderten, insbesondere aber die Einzelheiten des Kündigungsschutzes durch das Kündigungsschutzgesetz werden den Studierenden ebenfalls vermittelt. Am Ende des Kurses werden der Arbeitsprozess, die Arbeitsgerichte und die Einzelheiten einer Kündigungsschutzklage dargestellt.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Studierenden die Begründung eines Arbeitsverhältnisses und den Abschluss eines Arbeitsvertrages, insbesondere dessen Ausgestaltung sowie das befristete und das Probearbeitsverhältnis. • können die Studierenden die Wirksamkeit von Fragen im Bewerbungsgespräch und auch die Nichtigkeit eines Arbeitsvertrages beurteilen. • beherrschen die Studierenden den Grundsatz „Kein Lohn ohne Arbeit“ und die Ausnahmen von diesem Grundsatz. • haben die Studierenden verstanden, warum der Arbeitnehmer im Schadensersatzrecht privilegiert wird. • kennen die Studierenden die Beendigung des Arbeitsvertrages, insbesondere durch ordentliche und außerordentliche Kündigung und können den besonderen Kündigungsschutz einzelner Arbeitnehmer sowie die Voraussetzungen des Kündigungsschutzgesetzes beurteilen. • kennen die Studierenden den Arbeitsprozess, die Arbeitsgerichte und die Einzelheiten einer Kündigungsschutzklage. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p>		

Inhalte des Kurses:

1. Die Parteien im Arbeitsrecht

- 1.1 Arbeitnehmer
- 1.2 Besondere Arten von Arbeitnehmern
- 1.3 Sonstige Personen
- 1.4 Arbeitgeber

2. Die Begründung des Arbeitsvertrages

- 2.1 Die Ausschreibung und das Diskriminierungsverbot
- 2.2 Das Vorstellungsgespräch
- 2.3 Verschulden bei Vertragsanbahnung

3. Abschluss und Mängel des Arbeitsvertrages

- 3.1 Grundsatz und Grenzen der Vertragsfreiheit
- 3.2 Anfechtung des Arbeitsvertrages
- 3.3 Nichtigkeit des Arbeitsvertrages
- 3.4 Lehre vom faktischen Arbeitsverhältnis

4. Besondere Arbeitsverhältnisse

- 4.1 Das befristete Arbeitsverhältnis
- 4.2 Das Probearbeitsverhältnis
- 4.3 Das Leiharbeitsverhältnis

5. „Ohne Arbeit kein Lohn“: Grundsatz und Ausnahmen

- 5.1 Grundsatz: „Ohne Arbeit kein Lohn“
- 5.2 Ausnahmen aus Umständen, die in der Person des Arbeitnehmers liegen
- 5.3 Befreiung von der Arbeitspflicht aus sonstigen Gründen

6. Die Haftung auf Schadensersatz

- 6.1 Die Haftung des Arbeitnehmers gegenüber dem Arbeitgeber
- 6.2 Schädigung Dritter durch den Arbeitnehmer
- 6.3 Die Haftung bei Arbeitsunfällen

7. Die Kündigung des Arbeitsverhältnisses

- 7.1 Die ordentliche Kündigung
- 7.2 Die außerordentliche Kündigung

8. Weitere Beendigungsmöglichkeiten

- 8.1 Der Aufhebungsvertrag
- 8.2 Die Änderungskündigung

9. Kündigungsschutz nach dem KSchG 62

- 9.1 Anwendbarkeit des KSchG
- 9.2 Soziale Rechtfertigung der Kündigung
- 9.3 Soziale Rechtfertigung im Einzelfall

10. Der Arbeitsprozess

- 10.1 Die Arbeitsgerichtsbarkeit
- 10.2 Die Kündigungsschutzklage
- 10.3 Weiterbeschäftigung, Wiedereinstellung und Abfindung

Literatur:

- Holbeck, T./Schwindl, E. (2017): Arbeitsrecht. 13. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800651917.
- Holzer, H. (2010): Arbeitsrecht. 9. Auflage, C.H. Beck, München. ISBN-13: 978-3406596186.
- Junker, A. (2017): Grundkurs Arbeitsrecht. 16. Auflage, C.H. Beck, München. ISBN-13: 978-3406705304.
- Marschollek, G. (2016): Arbeitsrecht. 21. Auflage, Alpmann Schmidt, Münster. ISBN-13: 978-3867523523.
- Zöllner W./Loritz, K.-G./Hergenröder, W. (2015): Arbeitsrecht. 7. Auflage, C.H. Beck, München. ISBN-13: 978-3406646249.

Prüfungsleistungen:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Kursnummer: DLMRAV02	Kursname: Aktuelle Themen im Kollektiven Arbeitsrecht	Gesamtstunden: 150 h
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		ECTS Punkte: 5 ECTS Zugangsvoraussetzungen: Siehe Modulbeschreibung
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Das Seminar „Kollektives Arbeitsrecht“ behandelt aktuelle Themen zu Entwicklungen im kollektiven Arbeitsrecht, beispielsweise das Betriebsverfassungsrecht, die Wahl und Mitbestimmungsmöglichkeiten des Betriebsrats oder das Koalitions- und Tarifvertragsrecht, Streik und Aussperrung.</p> <p>Die Studierenden erschließen sich hierzu eigenständig Wissen über die jeweiligen wissenschaftlichen und praxisrelevanten Fachthemen. Ihre Aufgabe besteht in der Auswahl und Formulierung einer aktuellen und praxisrelevanten Fragestellung. Im Mittelpunkt stehen arbeitsrechtliche Quellen wie Gesetzgebung, Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen sowie Recherche in der Rechtsprechung und die Verwertung aktueller Literatur.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss werden Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • mit den Bereichen Recherche, Methodik und Analyse bei rechtlichen Fragestellungen vertraut sein. • unterschiedlichste Themen aus dem Bereich des Arbeitsrechts inhaltlich selbstständig sowie wissenschaftlich ausarbeiten können. • ihre analytischen Kompetenzen mit Bezug auf das Feld Arbeitsrecht weiterentwickelt haben. • in der Lage sein, selbstständig Arbeiten in diesem oder größerem Umfang zu erstellen. • die Fähigkeit erworben haben, Gesetzgebung und Rechtsprechung hinsichtlich neuer Erkenntnisse sowie theoretischer Bezüge eigenständig kritisch zu hinterfragen und im Sinne der Zielsetzung ihrer eigenen Seminararbeit zu interpretieren. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien, und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>Die Themen für die Seminararbeit beziehen sich auf alle Bereiche des Koalitions- und Tarifvertragsrechts wie Koalitionen, Koalitionsfreiheit, Arbeitgeberverbände und Gewerkschaften, Tarifparteien, Tarifvertrag, Auslegung und Wirkung von Tarifnormen, Tarifeinheitsgesetz, Arbeitskampf und Schlichtung, Streik und Aussperrung sowie alle Bereiche des Betriebsverfassungsrechts wie Organe der Betriebsverfassung, Wahl und Schutz des Betriebsrats, Stufen der Beteiligungsrechte des Betriebsrats, Betriebsvereinbarung und Regelungsabrede, Beteiligung in sozialen, personellen und wirtschaftlichen Angelegenheiten.</p>		

Literatur:

- Edenfeld, S. (2014): Betriebsverfassungsrecht. 4. Auflage, C.F. Müller, Heidelberg. ISBN-13: 978-3811471344.
- Fitting, K. et al. (2016): Betriebsverfassungsgesetz mit Wahlordnung. 28. Auflage, Vahlen, München ISBN-13: 978-3800650996.
- Holbeck, T./Schwindl, E. (2017): Arbeitsrecht. 13. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800651917.
- Hromadka, W./Maschmann, F. (2016): Arbeitsrecht Band 2. Kollektivarbeitsrecht + Arbeitsstreitigkeiten. 7. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3662529324.
- Junker, A. (2017): Grundkurs Arbeitsrecht. 16. Auflage, C.H. Beck, München. ISBN-13: 978-3406705304.
- Zöllner W./Loritz, K.-G./Hergenröder, W. (2015): Arbeitsrecht. 7. Auflage, C.H. Beck, München. ISBN-13: 978-3406646249.

Prüfungsleistungen:

Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 120
Selbstüberprüfung (in Std.): -
Tutorien (in Std.): 30

Modul

**Health Care Management Projekt
(DLMGHCMP)**

5 ECTS

Modulbezeichnung:	Health Care Management Projekt	
Modulnummer: DLMGHCMP	Semester: 3 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">Health Care Management Projekt (DLMGHCMP01)		Dauer: Selbststudium: 120 h Selbstüberprüfung: - Tutorien: 30 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Thomas Neunert
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none">Master General ManagementMaster of Business Administration		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: sämtliche Module im Programm
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none">ausgewählte aktuelle Themen zum generellen Gesundheitsmanagement (nicht nur im engeren Sinn des betrieblichen Gesundheitsmanagements, sondern auch des Managements in und von Gesundheitseinrichtungen) zu benennen.grundlegende HCM-Kontexte und Handlungskonzepte anzuwenden.die Beeinflussung Gesundheitsmanagement und des Managements von Einrichtungen und Unternehmen in der Gesundheitsbranche durch gegenwärtige Entwicklungen anhand von Beispielen zu erläutern.theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Fallstudien zu übertragen.die gelernten Theorien in die Praxis des Gesundheitsmanagements zu übertragen.ein ausgewähltes Thema wissenschaftlich zu er- und bearbeiten.aktuelle Probleme des Gesundheitsmanagements kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.eigene Problemlösungsprozesse zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Problemen mit Hilfe der Konzepte selbstständig zu erarbeiten und dabei diverse Instrumentarien anzuwenden.		
Lehrinhalt des Moduls:		
Projektaufgaben zum operativen und strategischen Gesundheitsmanagement in kleinen, mittelständigen und großen Einrichtungen und Unternehmen zu ausgewählten Themen aus den Gebieten Qualitätsmanagement, Strategisches Management und Marketing. Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.		
Lehrmethoden:		

Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms:: 5 ECTS von 120 ECTS = 4.17%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	DLMGHCMP01: Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht (100%)

Kursnummer: DLMGHCMP01	Kursname: Health Care Management Projekt (DLMGHCMP01)	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Der Kurs „Health Care Management Projekt“ beschäftigt sich mit speziellen praktischen Herausforderungen und Projektlösungen im Gesundheitsmanagement sowie mit deren Konzeption und den wichtigsten Instrumentarien des Gesundheitsmanagements und anderer relevanter Managementdisziplinen. Diese werden erklärt und im Detail erläutert und diskutiert. Ergänzt wird der Kurs durch eine Anzahl zusätzlicher Artikel und Fallstudien multinational agierender Unternehmen. Die Studierenden erlernen dabei, selbstständig, ausgewählte Themen und Fallstudien zu analysieren, zu bearbeiten und mit bereits bekannten Konzepten zu verknüpfen, sowie diese kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Absolvieren des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • ausgewählte aktuelle Themen zum generellen Gesundheitsmanagement (nicht nur im engeren Sinn des betrieblichen Gesundheitsmanagements, sondern auch des Managements in und von Gesundheitseinrichtungen) zu benennen. • Grundlegende HCM-Kontexte und Handlungskonzepte anzuwenden. • die Beeinflussung Gesundheitsmanagement und des Managements von Einrichtungen und Unternehmen in der Gesundheitsbranche durch gegenwärtige Entwicklungen anhand von Beispielen zu erläutern. • theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Fallstudien zu übertragen. • die gelernten Theorien in die Praxis des Gesundheitsmanagements zu übertragen. • ein ausgewähltes Thema wissenschaftlich zu er- und bearbeiten. • aktuelle Probleme des Gesundheitsmanagements kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren. • eigene Problemlösungsprozesse zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Problemen mit Hilfe der Konzepte selbstständig zu erarbeiten und dabei diverse Instrumentarien anzuwenden. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien, und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>Der Kurs behandelt aktuelle Themen des Gesundheitsmanagements. Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema einen Projektbericht erstellen. Spezielle Themen des Gesundheitsmanagements mit starkem Bezug zum Praxisfeld der Studierenden werden fokussiert und daraus – angeleitet – eigene Projekte konzipiert, die unter Anwendung gelernter einschlägiger Management-Instrumentarien zur Lösung realer Probleme beitragen könnten. Ergänzt wird der Kurs durch eine Anzahl zusätzlicher Artikel und Fallstudien im For- und Nonprofitmarkt agierender Gesundheitseinrichtungen und -unternehmen. Die Studierenden erlernen dabei selbstständig, ausgewählte Themen und Fallstudien zu analysieren, zu bearbeiten und mit bereits bekannten Konzepten zu verknüpfen sowie diese kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.</p>		

Literatur:

- Michels, B. (2015), Projektmanagement Handbuch - Grundlagen mit Methoden und Techniken für Einsteiger, CreateSpace Independent Publishing Platform, North Charleston NC, ISBN-13: 978-1518706578.
- Matusiewicz, D./Muhler-Schwaiger, M. (2017): Neuvermessung der Gesundheitswirtschaft, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden, ISBN-13: 978-3658125189.
- Busse, R. et. al. (2017): Management im Gesundheitswesen, Springer Verlag, Heidelberg, ISBN-13: 978-3662550236.
- Kaestner, R. et. al. (2012): Projektmanagement im Not for Profit-Sektor: Handbuch für gemeinnützige Organisationen (Praxis), GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement, Nürnberg, ISBN-13: 978-3924841621.

Prüfungsleistungen:

Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 120
Selbstüberprüfung (in Std.): -
Tutorien (in Std.): 30

Semester 4

Modul
Masterarbeit (MMTH)

30 ECTS

Modulbezeichnung:	Masterarbeit	
Modulnummer: MMTH	Semester: 4 Semester	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modul Typ: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 900 h		ECTS Punkte: 30 ECTS
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch, Englisch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Masterarbeit (MMTH01) • Kolloquium (MMTH02) 		Dauer: Erstellung Masterarbeit: 810 h Mündliche Prüfung inkl. Vorbereitung: 90 h
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Holger Sommerfeldt
Bezüge zu anderen Programmen: Alle Masterprogramme im Fernstudium		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: Alle Module im Masterprogramm
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Das Modul Masterarbeit setzt sich aus dem Kurs Masterarbeit sowie dem Kolloquium zur Masterarbeit zusammen, wobei der Kurs Masterarbeit zwei Seminare zur Präsentation und Diskussion des Arbeitsfortschrittes sowie das Erstellen der Masterarbeit selbst durch den Studierenden umfasst. Das Kolloquium wird nach Einreichung der schriftlichen Masterarbeit durchgeführt. Es erfolgt auf Einladung der Gutachter an einem festzulegenden Studien- und Prüfungszentrum. Im Rahmen des Kolloquiums müssen die Studierenden unter Beweis stellen, dass sie den Inhalt und die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit in vollem Umfang eigenständig erbracht haben.		
Qualifikations- und Lernziele des Moduls:		
<ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Masterarbeit • Mündliches Kolloquium 		
Lehrmethoden:		
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms:: 30 ECTS von 120 ECTS = 25.00%	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Gemäß Studien- und Prüfungsordnung	<ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit (90 %) (ca. 80 DIN A4-Seiten) • Präsentation: Kolloquium (10 %) (ca. 45 Minuten)

Kursnummer: MMTH01	Kursname: Masterarbeit	Gesamtstunden : 810 h
		ECTS Punkte: 27 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:	Zugangsvoraussetzungen: Gemäß Studien- und Prüfungsordnung	
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System	Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung	
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Ziel und Zweck der Masterarbeit ist es, die im Verlauf des Studiums erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen in Form einer akademischen Abschlussarbeit mit thematischem Bezug zum Studienschwerpunkt erfolgreich anzuwenden. Inhalt der Masterarbeit kann eine praktisch-empirische oder aber theoretisch-wissenschaftliche Problemstellung sein. Studierende sollen unter Beweis stellen, dass sie eigenständig unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers eine ausgewählte Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden analysieren, kritisch bewerten und Lösungsvorschläge erarbeiten können. Das von dem Studierenden zu wählende Thema aus dem jeweiligen Studienschwerpunkt soll nicht nur die erworbenen wissenschaftlichen Kompetenzen unter Beweis stellen, sondern auch das akademische Wissen des Studierenden vertiefen und abrunden, um seine Berufsfähigkeiten und -fertigkeiten optimal auf die Bedürfnissen des zukünftigen Tätigkeitsfeldes auszurichten.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Das Ziel dieses Moduls ist die Erstellung einer schriftlichen Ausarbeitung im Umfang von ca. 80 Seiten, mit denen Studierende ihre Fähigkeit demonstrieren, eine Problemstellung aus dem Studienschwerpunkt mit wissenschaftlichen Methoden eigenständig zu bearbeiten.</p> <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Studierenden schreiben ihre Masterarbeit eigenständig unter der methodischen und wissenschaftlicher Anleitung eines akademischen Betreuers.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>Im Rahmen der Masterarbeit muss die Problemstellung sowie das wissenschaftliche Untersuchungsziel klar herausgestellt werden. Die Arbeit muss über eine angemessene Literaturanalyse den aktuellen Wissensstand des zu untersuchenden Themas widerspiegeln. Der Studierende muss seine Fähigkeit unter Beweis stellen, das erarbeitete Wissen in Form einer eigenständigen und problemlösungsorientierten Anwendung theoretisch und/oder empirisch zu verwerten.</p>		
<p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hunziker, A. W. (2010): Spass am wissenschaftlichen Arbeiten. So schreiben Sie eine gute Semester-, Bachelor- oder Masterarbeit. 4. Auflage, SKV, Zürich. ISBN-13: 978-3286512245. • Wehrlin, U. (2010): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Leitfaden zur Erstellung von Bachelorarbeit, Masterarbeit und Dissertation – von der Recherche bis zur Buchveröffentlichung. AVM, München. ISBN-13: 978-3863066680. • Themenabhängige Literaturliste 		

Prüfungsleistungen:

Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit
(Umfang ca. 80 Seiten DIN A4)

Zwei interne Gutachter bewerten die Masterarbeit auf Basis festgelegter Beurteilungskriterien und Gewichtungen und erstellen ein Gutachten.

Die Kriterien zur Beurteilung der Prüfungsleistung sind:

- Umfang, Struktur und Zielsetzung der Problemdefinition
- Struktur und Verlauf der Untersuchung
- Literaturanalyse und Wahl des theoretisch-konzeptionellen Rahmens
- Begründung, Darstellung und Anwendung der wissenschaftlichen Vorgehensweise und ausgewählten Methodik
- Darstellung, Interpretation und Diskussion theoretischer und/oder empirischer Untersuchungsergebnisse
- Eigenständigkeit, Kreativität und Unabhängigkeit des wissenschaftlichen Arbeitens
- Dokumentation und Anwendung wissenschaftlicher Quellen
- Einhaltung aktueller Standards des wissenschaftlichen Arbeitens (Zitierweise, Quellenangabe, Literaturverzeichnis, Abbildungs-/Abkürzungsverzeichnis etc.)

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 810

Forschung / Erstellung Masterarbeit (in Std.): 810 h

Kursnummer: MMTH02	Kursname: Kolloquium	Gesamtstunden : 90 h ECTS Punkte: 3 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Kursdauer:		Zugangsvoraussetzungen: Gemäß Studien- und Prüfungsordnung
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Das Kolloquium wird nach Einreichung der Masterarbeit durchgeführt. Es erfolgt auf Einladung der Gutachter. Im Rahmen des Kolloquiums müssen die Studierenden unter Beweis stellen, dass sie den Inhalt und die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit in vollem Umfang eigenständig erbracht haben.</p> <p>Inhalt des Kolloquiums ist eine Präsentation der wichtigsten Arbeitsinhalte und Untersuchungsergebnisse durch den Studierenden, und die Beantwortung von Fragen der Gutachter.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Im Mittelpunkt des Kolloquiums steht das Ziel, die in der Masterarbeit demonstrierte Fach- und Methodenkompetenz durch den Studierenden unter Beweis stellen zu lassen. Darüber hinaus soll der Studierende demonstrieren, dass er an einer themenbezogenen Diskussion mit Fachexperten aktiv teilnehmen kann. Nicht zuletzt dient das Kolloquium dem Ziel, die Fähigkeit des Studierenden zu einem zielorientierten akademischen Umgang mit Präsentations- und Kommunikationstechniken zu überprüfen.</p> <p>Lehrmethoden:</p> <p>Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>Das Kolloquium umfasst eine Präsentation der wichtigsten Ergebnisse der Masterarbeit, gefolgt von der Beantwortung von Fachfragen der Gutachter durch den Studierenden.</p>		
<p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Renz, K.-C. (2016): Das 1 x 1 der Präsentation. Für Schule, Studium und Beruf. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658102104. 		
<p>Prüfungsleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation (15 Minuten) • Mündliche Prüfung (30 Minuten) <p>Präsentation: Kolloquium</p> <p>Die das Kolloquium abhaltenden Gutachter bewerten die Qualität der Prüfungsleistung anhand der nachfolgend gelisteten Bewertungskriterien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verständnis und Anwendung wissenschaftlicher Analyseverfahren • Struktur und Inhalt der Präsentation • Fähigkeit zur akademischen Verteidigung der Masterarbeit • Inhalt und logische Konsistenz der Antworten auf Prüfungsfragen 		

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 90

Vorbereitung (in Std.): 89,25

Durchführung (in Std.): 0,75

