

## **Modul- und Lehrveranstaltungsinformationen**

### **Fachhochschul-Bachelorstudiengang Technical Sales and Marketing**

<b>Modulbeschreibung</b>	
<b>Modultitel</b>	<b>Marketing 1</b>
Nummer & Kurzname	M01
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	VO, UE
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	1
Vorkenntnisse	Keine
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Marketing 2
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Grundbegriffe des Marketings zu benennen,</li> <li>- die Marketinginstrumente anzuwenden und deren Zusammenhänge zu erklären,</li> <li>- Marketingstrategien zu entwickeln,</li> <li>- Internationale Marketingstrategien zu entwickeln,</li> <li>- Digitales Marketing zu erklären und zu erläutern und in die Marketingstrategie zu integrieren,</li> <li>- Lösungen für komplexe Marketingherausforderungen zu entwickeln</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Grundlagen Marketing</b>
Nummer & Kurzname	01, MKGL
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	VO
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	1
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Grundbegriffe des Marketings zu beschreiben,</li> <li>- die 7 Bereiche des Marketings (7 Ps – Product, Price, Place, Promotion, People, Processes, Packaging) zu benennen und im Detail zu erklären,</li> <li>- B2B-Marketing zu definieren und einzuordnen,</li> <li>- Digitales Marketing zu erklären.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Marketings als Basis einer marktorientierten Unternehmensführung</li> <li>• Teilbereiche des Marketings (insb. Produkt- und Sortimentspolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik)</li> <li>• Absatzmärkte und deren Bedeutung</li> <li>• Abstimmung der Marketing-Instrumente</li> <li>• B2B Marketing</li> <li>• Digitales Marketing</li> <li>• Marketing-Entscheidungen: Informationsbeschaffung und -verarbeitung</li> <li>• Marketing-Organisation</li> <li>• Marketingplan</li> </ul>

Lehr- und Lernformen	Vorlesungen mit Präsentationen und Diskussionen, Fallstudien zur Anwendung von Marketingtheorien, Selbststudium und Gruppenaufgaben, Einsatz von Multimedia-Materialien zur Veranschaulichung der Konzepte
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauer, A. (2023): Skriptum: Marketing. FH des BFI Wien</li> <li>• Kotler, Ph. et al. (2022): Grundlagen des Marketings. 8 Aufl., Pearson Studium</li> <li>• Bruhn, M. (2022): Marketing, Grundlagen für Studium und Praxis. 15 Aufl., Wiesbaden: Springer/Gabler</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Blended Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% schriftliche Endprüfung (Erstellung eines Papers; Analyse des Marketingplans eines Unternehmens)</li> <li>• Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Angewandtes Marketing</b>
Nummer & Kurzname	02, MKAW
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	4
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	1
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenntnisse der Marketinginstrumente zu demonstrieren und diese in realen Geschäftsszenarien anzuwenden,</li> <li>- fortgeschrittene Marktforschungsmethoden anzuwenden und Marktdaten zur Entscheidungsfindung zu analysieren,</li> <li>- Marketingstrategien unter Berücksichtigung der Marktsegmentierung und Positionierung zu entwickeln,</li> <li>- effektives Kundenbeziehungsmanagement zu planen und umzusetzen,</li> <li>- Digitales Marketing zu verstehen und in die Marketingstrategie zu integrieren,</li> <li>- die Herausforderungen und Chancen des internationalen Marketings zu erkennen und internationale Markteintrittsstrategien zu entwickeln,</li> <li>- aktuelle Marketingtrends zu verfolgen und ihr Wissen über die Branche auf dem neuesten Stand zu halten,</li> <li>- komplexe Marketingherausforderungen anhand von Fallstudien zu analysieren und Lösungen zu entwickeln.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertiefte Analyse der Marketinginstrumente</li> <li>• Marktforschungstechniken</li> <li>• Fortgeschrittene Marktforschung und Informationsbeschaffung</li> <li>• Datenanalyse und Interpretation</li> <li>• Entwicklung von Marketingstrategien</li> <li>• Zielsetzung und Zielgruppensegmentierung</li> <li>• Positionierung und Branding</li> <li>• Kundenbeziehungsmanagement (CRM)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CRM-Strategien und -Umsetzung</li> <li>• Kundenbindung und -pflege</li> <li>• Digitales Marketing und Online-Präsenz in die Marketingstrategie einbinden</li> <li>• Internationales Marketing (Globale Markteintrittsstrategien, kulturelle Unterschiede und internationale Herausforderungen)</li> <li>• Praktische Anwendung von Marketingkenntnissen in der Geschäftswelt</li> <li>• Aktuelle Marketingtrends (Fallstudien, Analyse realer Marketingherausforderungen und Entwicklung von Lösungen)</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Fallstudienarbeit, Gruppenarbeiten mit Präsentationen und Feedback, aktives Üben praxisrelevanter Beispiele und Umsetzung der gelehrtten Theorie in die Praxis, Anwendung von KI-Tools
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauer, A. (2023): Skriptum: Marketing. FH des BFI Wien</li> <li>• Kotler, Ph. et al. (2022): Grundlagen des Marketings. 8 Aufl., Pearson Studium</li> <li>• Bruhn, M. (2022): Marketing, Grundlagen für Studium und Praxis. 15 Aufl., Wiesbaden: Springer/Gabler</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Grundlagen Marketing
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht online und vor Ort, Blended Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% Fallstudienanalyse (schriftlich) - Beurteilungskriterien inhaltlich: Vollständigkeit der Bearbeitung, Grad der Problemerkennung, Korrektheit und Komplexität der Lösungen; Beurteilungskriterien formal: Eigenständigkeit der Ergebnisdarstellung</li> <li>• 50% Präsentation zu einer Problemstellung als Gruppenleistung (2-3 Studierende pro Gruppe) - Beurteilungskriterien inhaltlich: Vollständigkeit der Bearbeitung, Grad der Problemerkennung, Korrektheit und Qualität der Präsentationsunterlagen; Beurteilungskriterien formal: Eigenständigkeit der Ergebnisdarstellung, Vollständigkeit der Präsentation</li> </ul>

Modulbeschreibung	
<b>Modultitel</b>	<b>English 1</b>
Nummer & Kurzname	M02
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	UE
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	1
Vorkenntnisse	English CEFR Level B2
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	English 2
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this module, students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- apply basic English grammar correctly,</li> <li>- use the sequence of English tenses adequately,</li> <li>- ask and answer questions correctly,</li> <li>- use the English tenses in their active and passive forms accurately,</li> <li>- use countable and uncountable nouns correctly,</li> <li>- use nationality words as nouns, verbs and adjectives,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- use modal verbs, conditionals, reported speech, adverbs and adjectives, comparisons correctly,</li> <li>- design company presentations in English according to the criteria presented in the course and give them in front of an audience,</li> <li>- use the linguistic structures of small talk and some typical idioms for different (cultural) business situations,</li> <li>- plan and present a product and branding campaign for a target group and describe it in an email to customers or superiors,</li> <li>- write emails with the appropriate linguistic structures for different groups of recipients.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Business English 1</b>
Nummer & Kurzname	03, ENG1
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	3
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	1
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- apply basic English grammar correctly,</li> <li>- use the sequence of English tenses adequately,</li> <li>- ask and answer questions correctly,</li> <li>- use the English tenses in their active and passive forms accurately,</li> <li>- use countable and uncountable nouns correctly,</li> <li>- use nationality words as nouns, verbs and adjectives.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Present tense: present simple, present continuous, time expressions, state verbs</li> <li>• Past tense: past simple, past continuous, time expressions</li> <li>• Present perfect: present perfect simple, present perfect continuous, time expressions</li> <li>• Past perfect: past perfect simple, past perfect continuous</li> <li>• Future: will, going to, present continuous, time expressions, future continuous, future perfect, other ways to talk about the future</li> <li>• Passives, have something done</li> <li>• Questions and negations</li> <li>• Articles, countable and uncountable nouns</li> <li>• Nationality words</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Self-study research elements, discussions, pair and group work, role plays, self-assessment quizzes
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dubicka, I. et.al. (2022): Business Partner B2+. Coursebook with Digital Resources, E-Book, DACH edition, 1<sup>st</sup> ed., Pearson International</li> <li>• Barral, I., Wright, L. (2019): Business Partner B2+. Workbook. 2nd ed. Harlow: Pearson education Limited.</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Classroom teaching, online classes, blended learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% continuous assessment (written and/or verbal): active class participation, assignments, grammar quizzes, presentations and mini research projects</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% assessment of written performance: syllabus topics covered in class and worked on in self-study phases</li> <li>• Assessment criteria: correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of the answer, compliance with the criteria of academic writing</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Business English 2</b>
Nummer & Kurzname	04, ENG2
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	3
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	1
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- use modal verbs, conditionals, reported speech, adverbs and adjectives, comparisons correctly,</li> <li>- design company presentations in English according to the criteria presented in the course and give them in front of an audience,</li> <li>- use the linguistic structures of small talk and some typical idioms for different (cultural) business situations,</li> <li>- plan and present a product and branding campaign for a target group and describe it in an email to customers or superiors,</li> <li>- write emails with the appropriate linguistic structures for different groups of recipients.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topics: Market Leader Units 1-5: brands, travel, change management, company organization, advertising, working across cultures</li> <li>• Social English, British and American English</li> <li>• Idiomatic expressions</li> <li>• Business Grammar: modal verbs, conditionals, reported speech, adverbs and adjectives, comparisons</li> <li>• Business communication: the language of emails, presenting language, presenting styles, company presentations, meetings, advertising campaigns, case studies</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Self-study research elements, discussion, pair and group work, role plays, self-assessment quizzes
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dubicka, I. et.al. (2022): Business Partner B2+. Coursebook with Digital Resources, E-Book, DACH edition, 1<sup>st</sup> ed., Pearson International</li> <li>• Barral, I., Wright, L. (2020): Business Partner C1. Workbook. 1st ed. Harlow: Pearson education Limited.</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Business English 1
Art der Vermittlung	Classroom teaching, online classes, blended learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% continuous assessment (written and/or verbal): active class participation, assignments, grammar quizzes, presentations and mini research projects</li> <li>• 50% assessment of written performance: syllabus topics covered in class and worked on in self-study phases</li> </ul>

- Assessment criteria: correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of answers, compliance with the criteria of academic writing

<b>Modulbeschreibung</b>	
<b>Modultitel</b>	<b>Social Skills</b>
Nummer & Kurzname	M03
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	UE
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	1
Vorkenntnisse	Keine
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	ABWL-Grundlagen (Business English 3)
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die wichtigsten Erfolgsfaktoren für exzellentes Präsentieren zu definieren,</li> <li>- Körpersprache und situationsadäquate Kleidung bewusst einzusetzen,</li> <li>- Kommunikationstechniken in verschiedenen sozialen Kontexten einzusetzen,</li> <li>- wesentliche Kommunikationswerkzeuge und Präsentationstechniken zu erklären und anzuwenden,</li> <li>- Präsentationen vorzubereiten, zu gestalten und durchzuführen,</li> <li>- effektive Interaktionsstrategien in Gruppen zu entwickeln und zu gestalten,</li> <li>- Konflikte durch angewandte Sozialpsychologie zu identifizieren und zu lösen,</li> <li>- Kommunikationsstile an unterschiedliche Zielgruppen anzupassen,</li> <li>- Techniken der Selbstpräsentation situationsadäquat und zielgruppenspezifisch einzusetzen,</li> <li>- Verhalten basierend auf Feedback und Reflexion zu modifizieren.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Präsentation</b>
Nummer & Kurzname	05, PRAE
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	1
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die wichtigsten Erfolgsfaktoren für exzellentes Präsentieren zu definieren,</li> <li>- die Bedeutung von Körpersprache und situationsadäquater Kleidung zu verstehen und bewusst einzusetzen,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- die wesentlichen Kommunikationswerkzeuge und Präsentationstechniken zu erklären und anzuwenden,</li> <li>- Präsentationen richtig vorzubereiten, zu gestalten und durchzuführen und</li> <li>- Techniken der Selbstpräsentation situationsadäquat und zielgruppenspezifisch einzusetzen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen exzellenten Präsentierens</li> <li>• Kommunikationskanäle, deren Einsatz und Steuerung</li> <li>• Lampenfieber in positive Energie umwandeln</li> <li>• Struktur, Aufbau und Dramaturgie von professionellen Präsentationen</li> <li>• Situations- und adressatenbezogene Vorbereitung und Zieldefinition</li> <li>• Mit Stimme, Sprache und Körpersprache wirken</li> <li>• Krisenmanagement für den Präsentations-Gau</li> <li>• Körpersprache: Haltung, Gestik, Fußbewegung</li> <li>• Sicheres Auftreten und Geschäftskleidung</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Vortrag und Diskussionen, Einzel- und Gruppenpräsentationen mit Gruppenreflexion, persönliches Feedback, Selbstpräsentationsübungen
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schulenburg, N. (2017): Exzellent Präsentieren: Die Psychologie erfolgreicher Ideenvermittlung - Werkzeuge und Techniken für herausragende Präsentationen. E-Book, Wiesbaden: Springer Fachmedien</li> <li>• Preußners, D. (2021): Sicher auftreten im Technischen Vertrieb: So überzeugen Sie Ihre Kunden. 5 Aufl., E-Book, Wiesbaden: Springer/Gabler</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Selbststudium
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% immanente Leistungsbeurteilung</li> <li>• 70% Beurteilung der Abschlusspräsentation</li> <li>• Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Soziale Interaktion</b>
Nummer & Kurzname	06, SOZI
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	4
SWS	2,0
(Ausbildungs-)Semester	1
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikationstechniken in verschiedenen sozialen Kontexten einzusetzen,</li> <li>- effektive Interaktionsstrategien in Gruppen zu entwickeln und zu gestalten,</li> <li>- Konflikte durch angewandte Sozialpsychologie zu identifizieren und zu lösen,</li> <li>- Kommunikationsstile an unterschiedliche Zielgruppen anzupassen,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verhalten basierend auf Feedback und Reflexion zu modifizieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der zwischenmenschlichen Kommunikation und Interaktion</li> <li>• Theorien sozialer Dynamiken und Gruppenverhalten</li> <li>• Konfliktlösungsstrategien und Mediationstechniken</li> <li>• Rollenverhalten und soziale Identität</li> <li>• Nonverbale Kommunikation und Körpersprache</li> <li>• Einfluss von Kultur und Gesellschaft auf soziale Interaktion</li> <li>• Digitale Kommunikation und soziale Medien</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Erfahrungslernen und -lehren anhand einer komplexen Aufgabenstellung (Organisation und Durchführung einer komplexen Arbeitsaufgabe), moderierte Reflexion der Erfahrungen und Feedback-Sessions, Impulsvorträge
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anlanger, R., Engel, W.A., &amp; Schuster, R.J. (2016): Gelebtes Corporate Social Responsibility in der Lehre. Working Paper Series by the University of Applied Sciences BFI Vienna, open access. Zugriff am 10.01.2024: <a href="https://www.researchgate.net/publication/350500458_Working_Paper_Series_Gelebtes_Corporate_Social_Responsibility_in_der_Lehre">https://www.researchgate.net/publication/350500458_Working_Paper_Series_Gelebtes_Corporate_Social_Responsibility_in_der_Lehre</a></li> <li>• Schuster, R.J. (2016): Einführung in die Didaktik der Selbstorganisation. Hohengehren: Schneider Verlag. In Arnold, R. (Hrsg.): Reihe: systemia – Systemische Pädagogik. Band 13. Zugriff am 10.01.2024: <a href="https://www.researchgate.net/publication/303938379_141_Zum_Verhaeltnis_von_Didaktik_und_Intervention_im_Sinne_der_Interventionswissenschaft_Kapitel_aus_dem_Buch_Schuster_R_J_2016_Einfuehrung_in_die_Didaktik_der_Selbstorganisation_Hohengehren_Schneider_V">https://www.researchgate.net/publication/303938379_141_Zum_Verhaeltnis_von_Didaktik_und_Intervention_im_Sinne_der_Interventionswissenschaft_Kapitel_aus_dem_Buch_Schuster_R_J_2016_Einfuehrung_in_die_Didaktik_der_Selbstorganisation_Hohengehren_Schneider_V</a></li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Onlineunterricht, Blended Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% Peerbeurteilung</li> <li>• 60% immanente Leistungsbeurteilung</li> <li>• Beurteilungskriterien inhaltlich: Vollständigkeit der Bearbeitung, Grad der Problemerkennung, Korrektheit; Beurteilungskriterien formal: Eigenständigkeit der Ergebnisdarstellung</li> </ul>

<b>Modulbeschreibung</b>	
<b>Modultitel</b>	<b>ABWL 1 - Grundlagen</b>
Nummer & Kurzname	M04
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	VO, UE
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	1
Vorkenntnisse	Keine
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	ABWL 2 – Rechnungswesen
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>- betriebswirtschaftliche Begriffe zu benennen und deren Bedeutung zu erklären,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelle betriebswirtschaftlicher Verfahren und deren Einsatzmöglichkeiten zu erläutern,</li> <li>- betriebswirtschaftliche Konzepte zu entwerfen, anzuwenden und weiterzuentwickeln,</li> <li>- Geschäfts- und Vertragsbedingungen zu verhandeln,</li> <li>- allgemeine betriebswirtschaftliche Begriffe in Englisch anzuwenden.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Grundlagen ABWL</b>
Nummer & Kurzname	07, ABWL
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	VO
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	1
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- betriebswirtschaftliche Begriffe zu benennen und zu beschreiben,</li> <li>- die Bedeutung betriebswirtschaftlicher Begriffe zu erklären,</li> <li>- Beispiele für die Anwendung betriebswirtschaftlicher Methoden zu formulieren,</li> <li>- geeignete Modelle für betriebswirtschaftliche Verfahren anhand vorliegender Problemstellungen zu identifizieren,</li> <li>- Unternehmensabläufe und Vorgaben des Managements anhand betriebswirtschaftlicher Kriterien zu bewerten,</li> <li>- für Unternehmen ganzheitliche betriebswirtschaftliche Konzepte je nach gegebenen Rahmenbedingungen zu entwerfen bzw. weiterzuentwickeln.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wirtschaftliche Merkmale von Unternehmungen und der unternehmerischen Umwelt</li> <li>• Grundlagen der Unternehmensführung</li> <li>• operative/taktische/strategische Unternehmensplanungen und -entscheidungen</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Teilgebiete: Vertrieb und Marketing / Produktion, Materialwirtschaft und Logistik / Personalmanagement und Organisation</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Vortrag, schriftliche Arbeit
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wöhe, G. &amp; Döring, U. (2023): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 28. Aufl., München: Vahlen</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, E-Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% Endprüfung (schriftliche Abschlussarbeit)</li> <li>• Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens.</li> </ul>

Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Business English 3</b>
Nummer & Kurzname	08, ENG3
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	3
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	1
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- describe proper technical business and economic terminologies,</li> <li>- classify characteristics of cultural and social diversity including their linguistic varieties,</li> <li>- prepare and transfer of spoken/written business context in English,</li> <li>- identify audiences and adapt writings/documentations for specific target groups,</li> <li>- evaluate writing styles to strengthen clearness and concision,</li> <li>- develop written communication in English with respect to international socio-cultural context in the field of business and economics,</li> <li>- describe, summarise and present graphic representations of sales, financial and other trends and interpret figures and data,</li> <li>- apply for jobs in English: write cover letters, attend or conduct job interviews,</li> <li>- make phone calls in English,</li> <li>- negotiate terms of business,</li> <li>- discuss the importance of cultural awareness in business.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rules and forms of international communication and business negotiations</li> <li>• The language of Business reports</li> <li>• Correct pronunciation</li> <li>• Topics: Market Leader Units 6-9, 12: money (dealing with figures), cultures, human resources, international markets, competition, working across cultures</li> <li>• Business Grammar: gerunds and infinitives, phrasal verbs, linking words and phrases, prepositions, relative clauses, revision of grammar from Business English 1 and 2, verbs of degree</li> <li>• Business communication: emails, telephoning, product presentations, meetings, case studies</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Interactive activities, case studies training of international business settings, practice of proper hard and soft skills; (group-)discussions, role-playings and presentations to learn/optimize professional business communication, self-study research elements, pair and group work, self-assessment quizzes, simulations
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dubicka, I. et.al. (2022): Business Partner B2+. Coursebook with Digital Resources, E-Book, DACH edition, 1<sup>st</sup> ed., Pearson International</li> <li>• Barral, I., Wright, L. (2020): Business Partner C1. Workbook. 1st ed. Harlow: Pearson education Limited.</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Business English 2
Art der Vermittlung	Classroom teaching, online classes, blended learning

Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% continuous assessment (written and/or verbal): active class participation, assignments, grammar quizzes, presentations and mini research projects</li> <li>• 50% assessment of written performance: syllabus topics covered in class and worked on in self-study phases</li> <li>• Assessment criteria: correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of answers, compliance with the criteria of academic writing.</li> </ul>
---	---

## Modulbeschreibung

<b>Modultitel</b>	<b>Technik 1</b>
Nummer & Kurzname	M05
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	1
Vorkenntnisse	Keine
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Technik 2
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wichtige technische Grundbegriffe und Konzepte zu benennen und zu beschreiben,</li> <li>- die Begriffe Technik und Technologie nach verschiedenen Gesichtspunkten zu beschreiben,</li> <li>- grundlegende technische Prinzipien und deren Deutung in verschiedenen Kontexten zu erklären,</li> <li>- zeitgemäße Technologien und Trends sowie deren Bedeutung für Gesellschaft und Umwelt zu erklären,</li> <li>- einfache technische Probleme durch Anwendung von Basiswissen im Bereich Technik zu lösen,</li> <li>- Methoden zur Bewertung von Technologien zu erläutern und anzuwenden,</li> <li>- Nutzen und Anwendungen von Technologien nach verschiedenen Gesichtspunkten zu analysieren und zu bewerten,</li> <li>- Nutzen und Interdependenzen eingesetzter Techniken und Technologien zu analysieren,</li> <li>- zeitgemäße Technologien und deren Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft kritisch zu analysieren,</li> <li>- technologische Zusammenhänge zu erkennen und Lösungsansätze zu formulieren.</li> </ul>

## Lehrveranstaltungsbeschreibung

<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Grundlagen Technik</b>
Nummer & Kurzname	09, GLTK
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,0

(Ausbildungs-)Semester	1
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wichtige technische Grundbegriffe und Konzepte zu benennen und zu beschreiben,</li> <li>- grundlegende technische Prinzipien zu erklären und in verschiedenen Kontexten zu deuten,</li> <li>- Basiswissen im Bereich Technik anzuwenden, um einfache technische Probleme zu lösen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Grundlagen der Technik und technisches Basiswissen</li> <li>• Übersicht über verschiedene technische Disziplinen und deren Anwendungsbereiche</li> <li>• Grundlegende technische Berechnungsmethoden und deren Anwendung</li> <li>• Grundlagen der Elektrotechnik und Mechanik</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Impuls-Vorträge, praktische Übungen zur Anwendung des gelernten Wissens, Gruppenarbeit und Diskussionen zur Förderung des Verständnisses
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skolaut W. (Hrsg.) (2018): Maschinenbau. Ein Lehrbuch für das ganze Bachelor-Studium. 2. Aufl., Berlin: Springer Vieweg</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Blended (Online- und Präsenzlehrveranstaltungen)
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung</li> <li>• 60% schriftliche Endprüfung</li> <li>• Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Technologie</b>
Nummer & Kurzname	10, TECH
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	1
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Begriffe Technik und Technologie nach verschiedenen Gesichtspunkten zu beschreiben,</li> <li>- zeitgemäße Technologien und Trends zu verstehen und zu benennen, sowie deren Bedeutung für die Gesellschaft und Umwelt zu erklären,</li> <li>- Methoden zur Bewertung von Technologien zu erläutern und anzuwenden,</li> <li>- den Nutzen von Technologien und deren Anwendungen nach verschiedenen Gesichtspunkten kritisch zu analysieren und zu bewerten,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- technologische Zusammenhänge herzustellen, deren Auswirkungen zu erkennen und Lösungsansätze zu formulieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffsdefinition Technik und Technologie</li> <li>• Einteilung zeitgemäßer Technologien und Trends</li> <li>• Einführung in digitale Kollaborations- und Lerntechnologien-Plattformen</li> <li>• Vertiefung angewandter Techniken zeitgemäßer Technologien</li> <li>• Methoden zur Bewertung von Technologien</li> <li>• Indikatoren der UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs)</li> <li>• Analyse von Nutzen und Interdependenzen eingesetzter Techniken und Technologien</li> <li>• Wirtschaftliche und gesellschaftliche Auswirkungen</li> <li>• Technologietrends</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Impuls-Vorträge zu ausgewählten Themen, Selbststudium basierend auf zur Verfügung gestellten Unterlagen z.B. Lernvideos, Bearbeitung von Themengebieten in Kleingruppen, Präsentation von Gruppenarbeiten, Großgruppenreflexion und -diskussion von Fallbeispielen, individuelle Assignments, persönliches Feedback, Kontrolle/Rückmeldung der Lernaktivitäten mittels Moodle
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Czichos, H. (2024): Technologie. Systemdenken und interdisziplinäres Ingenieurwesen. 1. Aufl., Berlin: Springer Vieweg</li> <li>• Ropohl, G. (2009): Allgemeine Technologie. Eine Systemtheorie der Technik. 3. Aufl., Karlsruhe: Universitätsverlag, Zugriff am 10.01.2024: <a href="https://library.oapen.org/bitstream/id/047d7375-77dd-49f7-9505-2015bbf23445/422388.pdf">https://library.oapen.org/bitstream/id/047d7375-77dd-49f7-9505-2015bbf23445/422388.pdf</a></li> <li>• Langer, I., Schulz von Thun, Fr., Tausch, R. (2019): Sich verständlich ausdrücken. 11. Aufl., E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Baum, K., Deeg, C. (2018): Sich verständlich ausdrücken – Trainingsprogramm. Leserorientiert schreiben lernen. E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Oertner, M., St. John, I., Thelen, G. (2014): Wissenschaftlich Schreiben: Ein Praxisbuch für Schreibtrainer und Studierende. 1. Aufl., E-Book, Paderborn: Wilhelm Fink</li> <li>• Kornmeier, M. (2021): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: für Bachelor, Master und Dissertation. 9. Aufl., E-Book, Bern: Haupt Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, E-learning, Blended Learning, Selbststudium
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsfeststellung - Beurteilungskriterien: Qualität der ausgearbeiteten Themengebiete/Case Studies und Präsentationen (Gruppenarbeiten), aktive Teilnahme an Gruppenaktivitäten sowie individuelle Bearbeitung von Assignments</li> <li>• 60% schriftliche Endprüfung/Essayerstellung - Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>

<b>Modulbeschreibung</b>	
<b>Modultitel</b>	<b>Marketing 2</b>
Nummer & Kurzname	M06
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	ILV, VO
ECTS Punkte	6

(Ausbildungs-)Semester	2
Vorkenntnisse	Modul Marketing 1
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Sales 1
Lernergebnisse	<p>In diesem Modul erlangen die Studierenden ein tiefes Verständnis für die theoretischen und praktischen Aspekte des technischen Projektmanagements sowie des Vertriebs mit einem besonderen Fokus auf Risikomanagement, Teamarbeit und die effektive Nutzung von Projektmanagement- und Vertriebswerkzeugen.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen und Prinzipien des technischen Projektmanagements zu benennen und zu beschreiben,</li> <li>- die wichtigsten Instrumente des Vertriebs zu benennen, zu gliedern und einzuordnen,</li> <li>- wichtige Projektmanagement-Methoden und deren Anwendungsbereiche zu erklären,</li> <li>- Elemente der Messe- und Außendienstplanungen zu erläutern,</li> <li>- Techniken des Risikomanagements in Projekten anzuwenden und umzusetzen,</li> <li>- Werkzeuge zur Projektplanung und -steuerung in realen Szenarien einzusetzen,</li> <li>- Messe- und Außendienstplanungen in einen umfassenden Vertriebsplan zu übertragen,</li> <li>- die Bedeutung von Kommunikation und Teamarbeit im Projektmanagement zu erläutern,</li> <li>- verschiedene CRM-Werkzeuge zu beschreiben und zu vergleichen.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Technisches Projektmanagement</b>
Nummer & Kurzname	11, TEPM
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	4
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	2
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen und Prinzipien des technischen Projektmanagements zu benennen und zu beschreiben,</li> <li>- wichtige Projektmanagement-Methoden zu erklären und deren Anwendungsbereiche zu deuten,</li> <li>- Techniken des Risikomanagements in Projekten anzuwenden und umzusetzen,</li> <li>- die Bedeutung von Kommunikation und Teamarbeit im Projektmanagement zu erläutern,</li> <li>- Werkzeuge zur Projektplanung und -steuerung in realen Szenarien einzusetzen.</li> </ul>

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe und Modelle des technischen Projektmanagements</li> <li>• Planung, Steuerung und Kontrolle von technischen Projekten</li> <li>• Risikomanagement und Qualitätssicherung in Projekten</li> <li>• Einsatz von Projektmanagement-Software und -Tools</li> <li>• Kommunikation und Führung innerhalb des Projektteams</li> <li>• Case Studies zu erfolgreichen technischen Projekten</li> <li>• Agile Methoden im technischen Projektmanagement</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Impulsvorträge zur theoretischen Grundlagenvermittlung, praktische Übungen zur Anwendung von Projektmanagement-Tools, Gruppenprojekte zur Erstellung eigener Projektpläne, Fallstudienanalyse und Diskussionen, Gastvorträge von Experten aus der Industrie, Feedback-Sessions und Reflexionsaufgaben, moderierte Gruppenreflexion, Selbstreflexion, Impulsvorträge
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jakoby, W. (2021): Projektmanagement für Ingenieure: Ein praxisnahes Lehrbuch für den systematischen Projekterfolg. 5. Aufl., E-Book, Wiesbaden: Springer Vieweg</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Online- und Präsenzlehrveranstaltungen
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung – Beurteilungskriterien: Qualität der ausgearbeiteten Themengebiete/Case Studies und Präsentationen (Gruppenarbeiten), aktive Teilnahme an Gruppenaktivitäten sowie individuelle Bearbeitung von Assignments</li> <li>• 60% schriftliche Endprüfung – Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Grundlagen Vertrieb</b>
Nummer & Kurzname	12, GLVT
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	VO
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	2
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die wichtigsten Instrumente des Vertriebs (unter besonderer Berücksichtigung des B2B-Vertriebs sowie des technischen Vertriebs) zu benennen, zu gliedern und einzuordnen,</li> <li>- Elemente der Messe- und Außendienstplanungen zu erläutern und diese in einen umfassenden Vertriebsplan zu übertragen,</li> <li>- die verschiedenen Werkzeuge des CRM zu vergleichen und zu beschreiben.</li> </ul>

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktorientierung und Kundenorientierung</li> <li>• Strategische und operative Vertriebsplanung</li> <li>• Grundlagen der Vertriebssteuerung</li> <li>• Sales Cycle</li> <li>• Aussendienst, Innendienst</li> <li>• Verkaufsförderung, Messen, Ausstellungen</li> <li>• Vertriebsplan</li> <li>• Mögliche Vertriebsorganisationen</li> <li>• Grundlagen der Digitalisierung im Vertrieb</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Vortrag, Diskussionen, Minute Paper
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monsberger, R. (2023): Skriptum: Grundlagen Vertrieb. FH des BFI Wien</li> <li>• Kotler, Ph. et al. (2022): Grundlagen des Marketings. 8 Aufl., Pearson Studium</li> <li>• Purle, E., Arica, M., Korte, S., Hummels, H. (2023): B2B-Marketing und Vertrieb: Strategie – Instrumente – Umsetzung. Wiesbaden: Springer Fachmedien</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Selbststudium
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% schriftliche Endprüfung/Erstellung eines Papers (Analyse der Vertriebsstrategie eines Unternehmens)</li> <li>• Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>

Modulbeschreibung	
<b>Modultitel</b>	<b>Social Media</b>
Nummer & Kurzname	M07
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	VO, ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	2, 3
Vorkenntnisse	Marketing 1
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Sales 1, Sales 2
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Grundlagen der Social Media Plattformen zu verstehen und einzuordnen,</li> <li>- die Bedeutung von Social Media für den Unternehmenserfolg zu begründen,</li> <li>- Social Selling und dazugehörige Techniken zu erläutern und zu benutzen.</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Social Media 1</b>
Nummer & Kurzname	13, SOM1

LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	VO
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	2
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Grundlagen der Social-Media-Plattformen zu verstehen und die für verschiedene Geschäftsziele am besten geeigneten auszuwählen,</li> <li>- effektive Social-Media-Profilen und -Seiten zu unterscheiden,</li> <li>- strategische Inhalte für verschiedene Social-Media-Plattformen zu entwickeln und zu veröffentlichen,</li> <li>- die Grundlagen des Community-Managements und der Interaktion mit der Zielgruppe zu präzisieren,</li> <li>- die Bedeutung von Social-Media-Analysen und -Metriken für die Erfolgsmessung zu erkennen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in Social Media: Definition von Social Media und ihre Rolle im Marketing, Überblick über verschiedene Social-Media-Plattformen</li> <li>• Plattformauswahl und Profilerstellung: Auswahl der geeigneten Plattformen für bestimmte Ziele, Erstellung und Optimierung von Social-Media-Profilen</li> <li>• Inhaltsstrategie: Entwicklung einer Inhaltsstrategie für verschiedene Plattformen, Erstellung und Planung von ansprechenden Inhalten</li> <li>• Community-Management: Interaktion mit der Zielgruppe, Krisenmanagement und Reaktion auf Feedback</li> <li>• Analyse und Erfolgsmessung: Nutzung von Social-Media-Analysertools, Interpretation von Metriken zur Verbesserung der Strategie</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Vortrag, Diskussionen
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauer, A. (2023): Skriptum: Social Media und Social Selling. FH des BFI Wien</li> <li>• Hollensen, S., Kotler, Ph., Opresnik M.O. (2022): Social Media Marketing: Grundlagen und Praxis. 5. Aufl., Opresnik Management Guides Band 40. Opresnik Management Consulting</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht und Onlineunterricht
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% schriftliche Endprüfung (Erstellung eines Social Media Konzeptes oder Analyse einer Social Media Kampagne)</li> <li>• Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Social Media 2</b>
Nummer & Kurzname	23, SOM2
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3

SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	3
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Grundlagen des Social Selling zu beherrschen und die Rolle von Social Media in Verkaufsstrategien zu beschreiben und zu erklären,</li> <li>- effektive Techniken für die Identifizierung und Ansprache potenzieller Kunden in sozialen Medien anzuwenden,</li> <li>- Beziehungen zu Kunden aufzubauen und zu pflegen, um Vertrauen und Kundenbindung aufzubauen,</li> <li>- Strategien zur Steigerung der Verkaufseffizienz und Umsatzsteigerung durch Social Selling zu entwickeln und umzusetzen,</li> <li>- die ethischen Aspekte des Social Selling zu berücksichtigen und bewusst zu handeln.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in Social Selling (Definition und Bedeutung von Social Selling, Rolle von Social Media im Verkaufsprozess)</li> <li>• Identifikation von Zielkunden (Techniken zur Identifizierung potenzieller Kunden in sozialen Medien, Nutzung von Daten und Tools zur Kundenrecherche)</li> <li>• Beziehungsmanagement und Kundenbindung (Aufbau und Pflege von Beziehungen zu Kunden in sozialen Medien, Vertrauensbildung und Kundenbindung durch authentische Interaktion)</li> <li>• Strategien für Social Selling (Entwicklung von Social-Selling-Strategien für verschiedene Branchen und Produkte, Integration von Social Selling in den Verkaufsprozess)</li> <li>• Ethik und Compliance im Social Selling (Berücksichtigung ethischer Aspekte im Social Selling, Einhaltung von Datenschutzbestimmungen und rechtlichen Vorgaben)</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Gruppenarbeiten, aktives Üben praxisrelevanter Beispiele und Umsetzung der gelernten Theorie in die Praxis
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauer, A. (2023): Skriptum: Social Media und Social Selling. FH des BFI Wien</li> <li>• Hollensen, S., Kotler, Ph., Opresnik M.O. (2022): Social Media Marketing: Grundlagen und Praxis. 5. Aufl., Opresnik Management Guides Band 40. Opresnik Management Consulting</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Social Media 1
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht und Onlineunterricht
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% Gruppenprojekt, Angewandtes Projekt (2-3 Studierende): z.B. Erstellung von Videos für eine ausgewählte Social-Media-Plattform, Erstellung eines Social-Media-Plans und einer Content-Strategie, Reflexion des Projekts</li> <li>• Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung</li> </ul>
<b>Modulbeschreibung</b>	
<b>Modultitel</b>	<b>English 2</b>
Nummer & Kurzname	M08
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	UE
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	2

Vorkenntnisse	Business English 3
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Applied Science
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this module, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- use technical English vocabulary,</li> <li>- explain and discuss technical details and problems,</li> <li>- describe possible solutions,</li> <li>- summarize technical texts,</li> <li>- write and present technical proposals.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Technical English 1</b>
Nummer & Kurzname	14, TEE1
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	2
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- discuss performance and suitability,</li> <li>- describe physical forces,</li> <li>- discuss relative performance,</li> <li>- describe capabilities and limitations,</li> <li>- use adjectives for describing suitability and performance,</li> <li>- explain tests and experiments,</li> <li>- exchange views on predictions and theories,</li> <li>- compare results with expectations,</li> <li>- discuss causes and effects.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extensive technical English vocabulary building: terms to describe types of forces, words and phrases to describe degrees of difference, capabilities and limits</li> <li>• Vocabulary to describe test types, phrases for stating assumptions</li> <li>• How to agree and disagree in meetings</li> <li>• Comparison of expectations and results</li> <li>• Linking causes and effects</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Self-study research elements, discussion, pair and group work, role plays, self-assessment quizzes
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonamy, D. (2022): Technical English. Volume 4. Course Book and e-Book. 2nd ed., Pearson</li> <li>• Brieger, N., Pohl, A. (2007): Technical English. Vocabulary and Grammar. Sommertown Publishing Ltd.</li> <li>• Ibbotson, M. (2008): Cambridge English for Engineering. Series Editor: Jeremy Day. Cambridge University Press</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	English CEFR Level B2
Art der Vermittlung	Classroom teaching, online classes, blended learning

Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% continuous assessment (written and/or verbal): active class participation, assignments, grammar quizzes, presentations and mini research projects</li> <li>• 50% assessment of written performance: syllabus topics covered in class and worked on in self-study phases</li> <li>• Assessment criteria: correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of answers, compliance with the criteria of academic writing</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Technical English 2</b>
Nummer & Kurzname	15, TEE2
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	2
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- talk about materials and their technical properties,</li> <li>- present and describe technical processes at various stages and production techniques,</li> <li>- explain technical advantages and disadvantages as well as quality aspects and specifications of products to customers,</li> <li>- write complaint emails and reply politely to customer emails in which they name the different types of technical problems,</li> <li>- describe faults and suggest possible solutions.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materials technology and types: plastics, polymers, rare earths, metals, materials and suppliers</li> <li>• Manufacturing and services</li> <li>• Research and development process</li> <li>• Production</li> <li>• Information technology</li> <li>• Health and safety</li> <li>• Business communication: emphasizing technical advantages, describing specific materials, discussing quality issues, assessing and interpreting faults, describing the causes of faults, discussing repairs and maintenance, discussing technical requirements</li> <li>• Summarizing and commenting on technical texts</li> <li>• Emails of complaint and reply</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Self-study research elements, discussion, pair and group work, role plays, self-assessment quizzes

Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ibbotson, M. (2008): Cambridge English for Engineering. In: Day, J. (Ed.): Cambridge Professional English Series. 1st ed., Cambridge University Press</li> <li>• Bonamy, D. (2011): Technical English. Level 4. Coursebook and Workbook with Audio CD, 1st ed., Pearson Longman</li> <li>• Ibbotson, M. (2010): Professional English in Use Engineering: Technical English for Professionals. 1st ed., Cambridge University Press</li> <li>• Pohl, A., &amp; Nick, B. (2002): Technical English. Vocabulary and Grammar. Summertown Publishing Ltd.</li> <li>• The Economist: Technology Quarterly. London: The Economist Newspaper Ltd.</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Technical English 1
Art der Vermittlung	Classroom teaching, online classes, blended learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% continuous assessment (written and/or verbal): active class participation, assignments, grammar quizzes, presentations and mini research projects</li> <li>• 50% assessment of written performance: syllabus topics covered in class and worked on in self-study phases</li> <li>• Assessment criteria: correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of answers, compliance with the criteria of academic writing</li> </ul>

<b>Modulbeschreibung</b>	
<b>Modultitel</b>	<b>ABWL 2 – Rechnungswesen</b>
Nummer & Kurzname	M09
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	2
Vorkenntnisse	ABWL 1 - Grundlagen
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Management 1, Management 2
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zentrale Fachbegriffe der Buchhaltung und Bilanzierung zu beschreiben, die verschiedenen Formen von Büchern, Konten und Kontenplänen sowie die Buchungspflicht zu erläutern,</li> <li>- Bilanzergebnisse und Kennzahlen einzuschätzen und zu bewerten, grundlegende Theorien und Merkmale der Kostenrechnung und Finanzierung darzustellen,</li> <li>- betriebswirtschaftliche Entscheidungen auf Basis von Kostenrechnung, Finanzierungsmodellen, Buchhaltung und Bilanzierung vorzubereiten.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Buchhaltung und Bilanzierung</b>
Nummer & Kurzname	16, BUBI
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung

LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	2
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zentrale Fachbegriffe aus dem Bereich der Buchhaltung und Bilanzierung zu beschreiben,</li> <li>- die verschiedenen Formen von Büchern, Konten und Kontenplänen sowie die Buchungspflicht für Geschäftsfälle zu erläutern,</li> <li>- gesetzliche Vorschriften für die (doppelte) Buchführung anzuwenden,</li> <li>- die Strukturen und Wechselbeziehungen auf dem Gebiet des Rechnungswesens zu erkennen und zu unterscheiden,</li> <li>- Bilanzergebnisse in der Praxis einzuschätzen und zu bewerten,</li> <li>- Kennzahlen und Kennzahlensysteme auszuarbeiten bzw. zu optimieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Übersicht aller Teilgebiete des Rechnungswesens</li> <li>• gesetzliche Vorgaben zur Einhaltung einer ordnungsgemäßen Buchhaltung</li> <li>• Bearbeitung von Konten, Kontenplänen und buchhalterischen Büchern</li> <li>• Erstellung und Analyse von Gewinn-/Verlustrechnungen und Jahresabschlüssen</li> <li>• Buchführung und Bilanzierung in der praktischen Anwendung</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Präsentation der Inhalte anhand Theorie und praktischer Beispiele, Case Studies, Diskussion, Vertiefung in Einzel- und Gruppenarbeiten
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schneider, W., Dobrovits, I. &amp; Schneider, D. (2022): Einführung in die Buchhaltung im Selbststudium. Band I: Informationsteil und Band II: Übungsteil. 24. Aufl., Facultas Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Grundlagen ABWL
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, E-Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung</li> <li>• 60% schriftliche Prüfung</li> <li>• Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Kostenrechnung und (Projekt-)Finanzierung</b>
Nummer & Kurzname	17, KORE
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	2
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- grundlegende Theorien zur Finanzierung und Merkmale der Kostenrechnung darzustellen,</li> <li>- Zusammenhänge von Formalismen und der wesentlichen Techniken für (Projekt-)Finanzierungen aus Sicht der Kostenrechnung zu unterscheiden,</li> <li>- betriebswirtschaftliche Entscheidungen auf Basis von Kostenrechnungen vorzubereiten,</li> <li>- spezifische Fragestellungen im Bereich Finanzierung auf Basis geeigneter Methoden und Verfahren der Kostenrechnung aufzulösen,</li> <li>- Kriterien für Finanzierungsfragen auf Basis wissenschaftlicher und praktischer Ebenen festzulegen und zu bewerten,</li> <li>- Voll- und Teilkostenrechnungen unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger auszuarbeiten.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Kostenrechnung und Finanzierung</li> <li>• Kostenarten, -stellen und -trägerrechnung</li> <li>• Voll-/Teilkostenrechnung</li> <li>• Einführung in die Bereiche Aktien und Anleihen sowie Rendite und Risiko</li> <li>• Vertiefung: Rechtsformen, Unternehmensziele und Kapitalstruktur</li> <li>• Unternehmenspraxis in Bezug auf Kostenrechnung und (Projekt-) Finanzierungen</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Vermittlung von Theorie und Praxis anhand von Präsentationen und Beispielen, Ausarbeitung Fallbeispiele, Diskussion und Vertiefung in Einzel- und Gruppenarbeiten
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Benesch, Th. &amp; Schuch, K. (2013): Basiswissen zu Investition und Finanzierung. 3. Aufl., Wien: Linde Verlag</li> <li>• Coenenberg, A.G., Fischer, Th.M. &amp; Günther, Th. (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 9. Aufl., Wien: Facultas Verlag</li> <li>• Geyer, A., Hanke, M., Littich, E. &amp; Nettekoven, M. (2023): Grundlagen der Finanzierung. 7. Aufl., Wien: Linde Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, E-Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung</li> <li>• 60% schriftliche Prüfung</li> <li>• Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung</li> </ul>

Modulbeschreibung	
Modultitel	Recht
Nummer & Kurzname	M10
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	2, 3
Vorkenntnisse	ABWL 1 - Grundlagen
Geblockt	Nein

Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Management 1, Management 2
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>- das Bürgerliche Recht unter zivilrechtlichen Fächern einzuordnen,</li> <li>- die Grundzüge des Zivilrechts zu erläutern,</li> <li>- das Vertragsrecht zu erläutern und anzuwenden,</li> <li>- Internationales Wirtschafts- und Unternehmensrecht sowie das Wettbewerbsrecht und das Vergaberecht zu erklären,</li> <li>- die beiden großen Rechtssysteme (Common Law und Civil Law) einzuordnen und zu erläutern</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Grundlagen Bürgerliches Recht</b>
Nummer & Kurzname	18, BRGL
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	2
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>- das Bürgerliche Recht als Kernbereich aller zivilrechtlichen Fächer einzuordnen und zu interpretieren,</li> <li>- die Grundzüge des Zivilrechts und dessen Funktion in der modernen Zivilgesellschaft zu erläutern,</li> <li>- die theoretischen Kenntnisse der Rechtsgeschäftslehre und des Vertragsrechts zu benennen,</li> <li>- in der Praxis vertragsrechtliche Fälle zu bearbeiten und zu lösen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertragsschluss (Angebot und Annahme, Stellvertretung)</li> <li>• Wesentliche Vertragsinhalte (Vertragsgegenstand, Sicherheiten, Abnahme, Gewährleistung, Vertragsdauer, Kündigung, Streitschlichtung)</li> <li>• Allgemeine Geschäftsbedingungen</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Theoretische Inputs, Literaturrecherchen, Einzelarbeiten, Gruppenarbeiten, Präsentation der Studierenden, Anwenden der LV-Inhalte durch Übungsbeispiele
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schwimann, M. (2019): Bürgerliches Recht für Anfänger. 13. Aufl., LexisNexis Verlag Österreich</li> <li>• Kneihls, B., Bydlinski, P., Vollmaier, P. (2021): Einführung in das österreichische Recht. 3. Aufl., Facultas Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenz und Online
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung (Gruppenarbeiten)</li> <li>• 60% Endprüfung (schriftliche Arbeit)</li> <li>• Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Unternehmensrecht</b>

Nummer & Kurzname	29, UNRE
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	3
LV-Sprache	Deutsch und Englisch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- das internationale Wirtschafts- und Unternehmensrecht als Grundlage des Wirtschaftslebens einzuordnen und zu erklären,</li> <li>- die wesentlichen Unterschiede der beiden großen Rechtssysteme unserer globalen Wirtschaft (Common Law und Civil Law) und deren praktische Auswirkungen im Wirtschaftsleben zu kennen und zu unterscheiden,</li> <li>- wirtschaftliche Fragestellungen umfassend rechtlich einzuordnen,</li> <li>- die Eckpunkte des Wettbewerbsrecht, der Rechte des geistigen Eigentums und des Vergaberechts zu kennen,</li> <li>- vertiefte Kenntnisse im Vertragsrecht zu benutzen, insbesondere zu den Themen Vertragsabschluss, Management von vertraglichen Rechten und Pflichten, Vertragsänderungen, Gewährleistung, Vertragsverletzung und Haftung,</li> <li>- zivilrechtliche Probleme, die sich im Alltag des Wirtschaftslebens stellen, fundiert zu beurteilen und effizient mit Rechtsberater:innen zu kommunizieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick: Unterschiede zwischen Common Law und Civil Law; Wettbewerbsrecht, Recht des geistigen Eigentums, Vergaberecht</li> <li>• Vertragsrecht: Vertragsabschluss, Handlungsvollmacht, sich widersprechende AGB, vorvertragliche Vereinbarungen, salvatorische Klausel, Management von vertraglichen Rechten und Pflichten, Bürgschaften, Vertragsänderung, Incoterms, Verzug und Vertragsstrafe, Übergang von Risiko und Eigentum, Abnahme, Preiseskalation, Gewährleistungsrechte, Haftungsbeschränkungen, Höhere Gewalt</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Konkrete Fallbeispiele entlang des Lebenszyklus eines internationalen Industrieprojektes, anhand derer zentrale Themen des Wirtschaftsrechts und Eckpunkte relevanter Nebengebiete erarbeitet werden
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enders, Th. (2021): Grundzüge des internationalen Wirtschaftsrechts. 3. Aufl., München: Franz Vahlen Verlag</li> <li>• Reuter, A. (2010): Projektfinanzierung. 2. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Grundlagen Bürgerliches Recht
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, E-Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung (Gruppenarbeiten) – Beurteilungskriterien: Qualität der ausgearbeiteten Themengebiete/Case Studies und Präsentationen (Gruppenarbeiten), aktive Teilnahme an Gruppenaktivitäten sowie individuelle Bearbeitung von Assignments</li> <li>• 60% schriftliche Endprüfung – Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>

Modulbeschreibung	
<b>Modultitel</b>	<b>Technik 2</b>
Nummer & Kurzname	M11
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	2
Vorkenntnisse	Technik 1
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Technik 3
Lernergebnisse	<p>In diesem Modul erwerben die Studierenden umfassende Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich des Industrial Internet of Things (IIoT) und spezifischer technischer Anwendungen. Sie lernen, moderne Technologien zu verstehen, zu analysieren und praktisch anzuwenden, wobei ein besonderes Augenmerk auf Datenschutz, Integration in bestehende Systeme und wissenschaftliche Methodik gelegt wird.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Aufgaben von IIoT zu beschreiben,</li> <li>- den Aufbau und Inhalt von wissenschaftlich technischen Texten zu erfassen und zu erklären,</li> <li>- die Unterschiede in den Computing Methoden zu erläutern,</li> <li>- Anforderungen an IIoT-Plattformen zu beschreiben und Sensoren und Aktoren zu definieren,</li> <li>- praxisgerechte Methoden zur Dokumentation von spezifischen Technikanwendungen zu beschreiben,</li> <li>- Strukturen und Prozesse im Smart Manufacturing und in Industrie 4.0 Anwendungen zu identifizieren,</li> <li>- Methoden zur eigenständigen Recherche anzuwenden sowie Inhalte zu bewerten,</li> <li>- technische Sachverhalte und Studien zu analysieren,</li> <li>- Methoden der Integration von IIoT-Konzepten in bestehende Infrastrukturen zu beschreiben und ihre Anwendungen auf betriebliche Teilbereiche zu erklären,</li> <li>- Datenschutzkonzepte in Unternehmen zu bewerten,</li> <li>- Metastudien zu erstellen,</li> <li>- die Inhalte der spezifischen Facharbeit nach wissenschaftlich-technischen Gesichtspunkten zu präsentieren und deren Anwendungen nach verschiedenen Gesichtspunkten kritisch zu analysieren und zu bewerten,</li> <li>- eigene IIoT-Konzepte für industrielle Anwendungen zu entwickeln,</li> <li>- technische Facharbeiten zu spezifischen Anwendungsgebieten in der Technik unter Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens zu erstellen.</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Industrial Internet of Things</b>
Nummer & Kurzname	19, IIOT
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung

LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	2
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Aufgaben von IIoT zu beschreiben,</li> <li>- die Unterschiede in den Computing Methoden zu erläutern,</li> <li>- Anforderungen an IIoT-Plattformen zu beschreiben und Sensoren und Aktoren zu definieren,</li> <li>- Strukturen und Prozesse im Smart Manufacturing und in Industrie 4.0 Anwendungen zu identifizieren,</li> <li>- Methoden der Integration von IIoT-Konzepten in bestehende Infrastrukturen zu beschreiben und ihre Anwendungen auf betriebliche Teilbereiche zu erklären,</li> <li>- Datenschutzkonzepte in Unternehmen zu bewerten,</li> <li>- eigene IIoT-Konzepte für industrielle Anwendungen zu entwickeln.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des IIoT, Abgrenzung zu Internet of Things</li> <li>• Sensoren, Aktuatoren, Kommunikationsprotokolle</li> <li>• Big Data, Cloud Computing, Edge-Computing</li> <li>• Software und Plattformen: Betriebssysteme, Middleware, APIs, Services</li> <li>• Smart Manufacturing und Industrie 4.0, Predictive Maintenance, Smart Logistics, Smart Grid, Digitaler Zwilling, Product Lifecycle Management (PLM)</li> <li>• Sicherheit im IIoT, Datenschutz und Compliance</li> <li>• Integration in bestehende Infrastrukturen und Risikomanagement</li> <li>• Wirtschaftlicher Nutzen von IIoT, Fallstudien</li> <li>• Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen, 5G, Blockchain &amp; Distributed Ledger</li> <li>• Datenschutz im IIoT, ethische Verantwortung</li> <li>• Perspektiven und Zukunft des IIoT</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Impulsvorträge zu ausgewählten Themen des IIoT, Blended Learning Methoden, Diskussionen zu Aspekten aus den Impulsvorträgen, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anandan, R., Gopalakrishnan, S., Pal, S., Zaman, N. (2022): Industrial Internet of Things (IIoT): Intelligent Analytics for Predictive Maintenance. Wiley-Scrivener</li> <li>• Zhuhan, Lv., Fersman, E. (2023): Digital Twins: Basics and Applications. 1. Aufl., Basel: Springer International Publishing</li> <li>• Kishore Mishra, B., Mallik, S., Le D.-N. (2024): Smart Sensors for Industry 4.0: Fundamentals, Fabrication and IIoT Applications. 1. Aufl., Wiley-Scrivener</li> <li>• Kumar, A. et al. (2024): Digital Transformation: Industry 4.0 to Society 5.0. In Khatter, K. (Hrsg.): Reihe - Disruptive Technologies and Digital Transformations for Society 5.0. 1 Aufl., Springer Singapore</li> <li>• Avanija, J. et al (2021): Innovations in the Industrial Internet of Things (IIoT) and Smart Factory. 1. Aufl., IGI Global</li> <li>• Larranaga, P. et al (2018): Industrial Applications of Machine Learning. 1. Aufl., CRC Press</li> <li>• Babel, W. (2023): Industry 4.0, China 2025, IoT: The Hype Around the World of Automation. 1. Aufl., Wiesbaden: Springer</li> <li>• Elangovan (2020): Product Lifecycle Management (PLM): A Digital Journey Using Industrial Internet of Things IIoT, CRC Press</li> </ul>

Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Blended Learning, Online-Lehre, Selbststudium
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsfeststellung - Beurteilungskriterien: Qualität der Case Studies und Präsentation (Gruppenarbeiten), aktive Teilnahme an den Gruppenaktivitäten sowie individuelle Bearbeitung von Assignments</li> <li>• 60% schriftliche Endprüfung - Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
Titel der Lehrveranstaltung	Spezifische Anwendungen Technik
Nummer & Kurzname	20, SATK
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	2
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- den Aufbau und Inhalt von wissenschaftlich-technischen Texten zu erfassen und zu erklären,</li> <li>- praxisingerechte Methoden zur Dokumentation von spezifischen Technikanwendungen zu beschreiben,</li> <li>- Methoden zur eigenständigen Recherche anzuwenden sowie Inhalte zu bewerten,</li> <li>- technische Sachverhalte und Studien zu analysieren,</li> <li>- technische Facharbeiten zu spezifischen Anwendungsgebieten in der Technik unter Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens zu erstellen,</li> <li>- Metastudien zu erstellen,</li> <li>- die Inhalte der spezifischen Facharbeit nach wissenschaftlich-technischen Gesichtspunkten zu präsentieren und deren Anwendungen nach verschiedenen Gesichtspunkten kritisch zu analysieren und zu bewerten.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verweis/Überblick zeitgemäßer Technologien und Trends (siehe LV Technologie 1. Semester)</li> <li>• Einführung in die Methoden der Erstellung einer technischen Facharbeit</li> <li>• Kriterien zur Themenfindung und Auswahl des technischen Fachgebiets</li> <li>• Technische Recherche-/ Analysemethoden</li> <li>• Einführung in die Erstellung von wissenschaftlich-technischen Texten und Interpretation von Normen, Richtlinien und Studien</li> <li>• Fachgerechtes technisches Aufbereiten von Inhalten</li> <li>• Erstellen von Metastudien</li> <li>• Vertiefen/Wiederholen von Feedbackmethoden</li> <li>• Präsentation der Inhalte und Diskussion im Plenum</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Impuls-Vorträge zu ausgewählten Themen, Selbststudium basierend auf zur Verfügung gestellten Unterlagen, Bearbeitung von Themengebieten in Kleingruppen, Präsentation von Gruppenarbeiten, Großgruppenreflexion und -

	diskussion der Facharbeiten, persönliches Feedback, Kontrolle/Rückmeldung der Lernaktivitäten mittels Moodle
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langer, I., Schulz von Thun, Fr., Tausch, R. (2019): Sich verständlich ausdrücken. 11. Aufl., E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Baum, K., Deeg, C. (2018): Sich verständlich ausdrücken – Trainingsprogramm. Leserorientiert schreiben lernen. E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Oertner, M., St. John, I., Thelen, G. (2014): Wissenschaftlich Schreiben: Ein Praxisbuch für Schreibtrainer und Studierende. 1. Aufl., E-Book, Paderborn: Wilhelm Fink</li> <li>• Kornmeier, M. (2021): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: für Bachelor, Master und Dissertation. 9. Aufl., E-Book, Bern: Haupt Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Technologie
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, E-learning, Blended Learning, Selbststudium
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsfeststellung – Beurteilungskriterien: Qualität der ausgearbeiteten Themengebiete und Präsentationen (Gruppenarbeiten), aktive Teilnahme an Gruppenaktivitäten sowie individuelle Bearbeitung von Assignments</li> <li>• 60% schriftliche Endprüfung/Essayerstellung – Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>

Modulbeschreibung	
<b>Modultitel</b>	<b>Applied Sales</b>
Nummer & Kurzname	M12
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	PS, UE
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	3
Vorkenntnisse	Marketing 1, Marketing 2
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Sales Training 2
Lernergebnisse	<p>Dieses Modul kombiniert die Lehrveranstaltungen "Projektarbeit Technischer Vertrieb" und "Technical English 3" und zielt darauf ab, den Studierenden sowohl spezifische Fachkenntnisse im Bereich des technischen Vertriebs als auch fortgeschrittene Sprachkenntnisse in technischem Englisch zu vermitteln.</p> <p>In diesem Modul erwerben die Studierenden die Fähigkeit, komplexe Themen des technischen Vertriebs zu analysieren, zu bewerten und innovative Lösungen zu entwickeln, während sie gleichzeitig ihre Sprachkenntnisse in technischem Englisch vertiefen, um effektiv über technische Inhalte kommunizieren zu können.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- alle Arten von Messungen (Flächen, Volumina usw.) und grundlegender Begriffe der Elektrizität wie Strom, Spannung und Widerstand zu benennen,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elektrizität, konventionelle und alternative Energiequellen sowie Sicherheitsvorschriften zu beschreiben und darüber zu diskutieren,</li> <li>- Grundlagen und Trends im technischen Vertrieb sowie der Analyse von Vertriebskanälen und Marktentwicklungen zu erklären,</li> <li>- kundenorientierte Verkaufskonzepte und Customer Value Marketingstrategien zu entwickeln,</li> <li>- mathematische Begriffe in Englisch anzuwenden und technische Prozesse in der englischen Sprache zu beschreiben,</li> <li>- Marktbedingungen und Kundenbedürfnisse im technischen Vertrieb sowie die Herausforderungen in Vertriebsprojekten zu analysieren,</li> <li>- technische Literatur in Englisch kritisch zu interpretieren und neue technische Errungenschaften zu diskutieren,</li> <li>- geeignete Vertriebsstrategien und -werkzeuge sowie die Effektivität von Vertriebsmaßnahmen zu bewerten,</li> <li>- Sicherheitsvorschriften und die Nutzung verschiedener Energiequellen auch auf Englisch kritisch zu bewerten,</li> <li>- detaillierte Projektpläne für den technischen Vertrieb auszuarbeiten und innovative Verkaufspräsentationen und -materialien zu erstellen,</li> <li>- eigene Konzepte für industrielle Anwendungen, einschließlich der Präsentation technischer Themen und Erfindungen zu entwickeln und auf Englisch wiederzugeben.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Projektarbeit Technischer Vertrieb</b>
Nummer & Kurzname	21, PATV
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	PS
ECTS Punkte	3
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	3
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marktbedingungen und Kundenbedürfnisse im technischen Vertrieb zu analysieren,</li> <li>- geeignete Vertriebsstrategien und -werkzeuge zu bewerten und auszuwählen,</li> <li>- kundenorientierte Verkaufskonzepte und Marketingstrategien zu entwickeln,</li> <li>- Herausforderungen in Vertriebsprojekten zu identifizieren und zu lösen,</li> <li>- die Effektivität von Vertriebsmaßnahmen kritisch zu analysieren,</li> <li>- detaillierte Projektpläne für den technischen Vertrieb auszuarbeiten,</li> <li>- innovative Verkaufspräsentationen und -materialien zu erstellen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Trends im technischen Vertrieb</li> <li>• Kundenmanagement und Beziehungsstrategien</li> <li>• Analyse von Vertriebskanälen und Marktentwicklungen</li> <li>• Einsatz digitaler Tools im technischen Vertrieb</li> <li>• Entwicklung und Umsetzung von Vertriebsstrategien</li> <li>• Projektmanagement im Vertrieb</li> <li>• Kommunikation und Präsentationstechniken</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Projektarbeit in Teams zur Entwicklung von Vertriebskonzepten, Reflexion und Feedback zu den erarbeiteten Projektergebnissen

Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langer, I., Schulz von Thun, Fr., Tausch, R. (2019): Sich verständlich ausdrücken. 11. Aufl., E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Baum, K., Deeg, C. (2018): Sich verständlich ausdrücken – Trainingsprogramm. Leserorientiert schreiben lernen. E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Oertner, M., St. John, I., Thelen, G. (2014): Wissenschaftlich Schreiben: Ein Praxisbuch für Schreibtrainer und Studierende. 1. Aufl., E-Book, Paderborn: Wilhelm Fink</li> <li>• Kornmeier, M. (2021): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: für Bachelor, Master und Dissertation. 9. Aufl., E-Book, Bern: Haupt Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Blended (sowohl Präsenz- als auch Onlineunterricht)
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung (Schriftliche Gruppenarbeit) – Beurteilungskriterien: Qualität der ausgearbeiteten Themengebiete und Präsentationen (Gruppenarbeiten), aktive Teilnahme an Gruppenaktivitäten sowie individuelle Bearbeitung von Assignments</li> <li>• 60% schriftliche Endprüfung (Schriftliche Selbstreflexion) – Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Technical English 3</b>
Nummer & Kurzname	22, TEE3
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	3
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- speak, discuss and write about electricity, conventional and alternative energy resources and their use, safety regulations, types of machinery, robotics, electrical engineering and electronics, vehicle production,</li> <li>- name all types of measurements (areas, volumes, etc.),</li> <li>- use mathematical terms in English,</li> <li>- describe technical processes and discuss new technical achievements,</li> <li>- understand and critically interpret technical literature in English.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basics of electricity: current, voltage and resistance</li> <li>• Energy types and their use</li> <li>• Machine tools, robotics, engineering, automotive, biocars, electronics, civil engineering, construction</li> <li>• Numbers and calculation, area, size and mass</li> <li>• Marketing strategies, customer care</li> <li>• Business communication: presenting a technical issue and important technical inventions of the past and present</li> <li>• Describing technical processes</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Input, self-study research elements, discussion, pair and group work, role plays, self-assessment quizzes

Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ibbotson, M. (2008): Cambridge English for Engineering. In: Day, J. (Ed.): Cambridge Professional English Series. 1st ed., Cambridge University Press</li> <li>• Bonamy, D. (2011): Technical English. Level 4. Coursebook and Workbook with Audio CD, 1st ed., Pearson Longman</li> <li>• Ibbotson, M. (2010): Professional English in Use Engineering: Technical English for Professionals. 1st ed., Cambridge University Press</li> <li>• Pohl, A., &amp; Nick, B. (2002): Technical English. Vocabulary and Grammar. Summertown Publishing Ltd.</li> <li>• The Economist: Technology Quarterly. London: The Economist Newspaper Ltd.</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Technical English 2
Art der Vermittlung	Classroom teaching, online classes, blended learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% continuous assessment (written and/or verbal): active class participation, assignments, grammar quizzes, presentations and mini research projects</li> <li>• 50% assessment of written performance: syllabus topics covered in class and worked on in self-study phases</li> <li>• Assessment criteria: correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of the answer, compliance with the criteria of academic writing</li> </ul>

Modulbeschreibung	
<b>Modultitel</b>	<b>Sales 1</b>
Nummer & Kurzname	M13
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	UE, ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	3
Vorkenntnisse	Social Skills
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Sales 2
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Bestandteile einer erfolgreichen Verhandlung zu benennen, vorzubereiten und einzusetzen,</li> <li>- Controlling und dessen Merkmale und Funktionsweise zu beschreiben und einzuordnen,</li> <li>- Kostenrechnungssysteme zu unterscheiden und einzusetzen,</li> <li>- Kennzahlen (KPIs) zu benutzen,</li> <li>- B2B Marketing und Sales auch im internationalen Umfeld einzuordnen,</li> <li>- die relevanten Kriterien einer Marktsegmentation und eines Marketing-Mix zu erklären sowie deren Einsatzmöglichkeiten zu erkennen.</li> </ul>

Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Sales Lab</b>
Nummer & Kurzname	24, SLAB
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	3
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Bedeutung einer entsprechende Verhandlungsvorbereitung zu verstehen,</li> <li>- die Bestandteile und den Aufbau einer erfolgreichen Verhandlung benennen zu können,</li> <li>- nationale und internationale Verhandlungen im Gebiet "Technischer Vertrieb" eigenständig vorzubereiten und erfolgreich zum Abschluss zu bringen,</li> <li>- die Motive der Kunden zu identifizieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verhandlungsführung im internationalen technischen Vertrieb</li> <li>• optimale Präsentations- und Vorführungstechniken</li> <li>• Vorbereiten von Verhandlungen (Leitfaden)</li> <li>• Simulierte Verhandlungen führen</li> <li>• Feedback und Selbstreflexion von Verhandlungsgesprächen</li> <li>• Verhandlungstechnik mit Fallstudien</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Gruppenarbeit (Rollenübungen und Feedback) und Selbstreflexion, Fallstudien ausarbeiten, interpretieren und reflektieren, Vorbereitung einer möglichen Teilnahme bei der Veranstaltung "European Sales Competition" im europäischen Ausland
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauer, A. (2023): Skriptum: Verhandlungsführung im technischen Vertrieb. FH des BFI Wien</li> <li>• Fischer, R. et al. (2018): Das Harvard Konzept. Frankfurt/New York: Campus Verlag</li> <li>• Rackham, N. et al. (1995): SPIN Selling. New York: McGraw-Hill Professional</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht online und vor Ort, Exkursion, Laboreinheit
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 80% aktive Mitarbeit in den Fallstudien, Erstellung Verhandlungsleitfaden, Feedback und Selbstreflexion</li> <li>• 20% aktive Teilnahme an Sales Labs (FHWN), Durchführen erfolgreicher Verhandlungen, Feedback, Selbstreflexion</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Vertriebscontrolling</b>
Nummer & Kurzname	25, CONT
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung

LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	2
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	3
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Merkmale und die Funktionsweise des Controllings zu erklären,</li> <li>- Controlling in den verschiedenen Organisationsstrukturen zu beschreiben und zu interpretieren,</li> <li>- Abteilungs-, Projekt- und Vertriebscontrolling abzugrenzen und die Unterschiede zu interpretieren,</li> <li>- Kostenrechnungssysteme im Vertriebscontrolling einzuordnen, zu unterscheiden und einzusetzen,</li> <li>- Deckungsbeitragsrechnungen und Prozesskostenberechnungen auszuführen,</li> <li>- Kennzahlen und Performance Measurement Systeme einzusetzen, zu analysieren und vergleichend zu bewerten,</li> <li>- Entscheidungen und Handlungsvorschläge aufgrund ausgewählter Parameter zu treffen und zu begründen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operatives Vertriebscontrolling: klassische und moderne Kennzahlen</li> <li>• Kundenstruktur- und Kundenbewegungsanalysen</li> <li>• Kundenbewertungsansätze (Kundenlebenszyklusansätze, Kundenportfolios, Kundenzufriedenheitsmessung)</li> <li>• Analyse von Vertriebskanälen, Planung, Steuerung und Kontrolle von Vertriebsaktivitäten</li> <li>• Reportinginstrumente im Vertrieb, Fallbeispiele und Checklisten</li> <li>• Strategisches Vertriebscontrolling: Balanced Scorecard für den Vertrieb, Umfeld- und Branchenanalysen, Markt-/Kundenanalysen, strategische Unternehmensanalyse, Fallbeispiele und Checklisten auch für den internationalen Einsatz</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Vortrag, Bearbeitung von Case Studies in Kleingruppen, Gruppenpräsentationen
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karner, G. (2023): Skriptum: Vertriebscontrolling. FH des BFI Wien</li> <li>• Pufahl, M. (2019): Vertriebscontrolling: So steuern Sie Absatz, Umsatz und Gewinn. Wiesbaden: Springer Fachmedien</li> <li>• Anlanger, R., Barrantes, L., Karner, G. (2011): Wissenschaftliche Studie 2011: Status Quo des Vertriebscontrollings. FH des BFI Wien</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Grundlagen ABWL
Art der Vermittlung	Präsenz, Fernlehre
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% immanente Leistungsbeurteilung (Zwischentest - Moodle Quizz Multiple Choice) – Beurteilungskriterien: inhaltliche Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung</li> <li>• 70% schriftliche Endprüfung (closed book) – Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>

Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>International B2B Marketing &amp; Sales</b>
Nummer & Kurzname	26, IB2B
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	3
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- describe tasks and challenges of B2B marketing &amp; sales in an international environment,</li> <li>- identify and apply relevant criteria for market segmentation,</li> <li>- apply international B2B marketing mix instruments,</li> <li>- define efficient and cost effective sales channels,</li> <li>- utilize advantages of digitalization in B2B marketing &amp; sales.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Characteristics of B2B marketing &amp; sales</li> <li>• Market segmentation, positioning and strategies in international B2B marketing</li> <li>• International B2B marketing mix</li> <li>• International B2B sales organization and sales excellence</li> <li>• Digitalization in B2B marketing &amp; sales</li> <li>• Chances through new technologies for efficiency increase and cost savings</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Lecture in person, online lecture, online quiz, self-study, group work & presentation, literature research
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bernd, R., Fantapié Altobelli, C., Sander, M. (2023): International Marketing Management. 1. Aufl., Berlin: Springer</li> <li>• Lippold, D. (2021): B2B-Marketing und -Vertrieb. Die Vermarktung erklärungsbedürftiger Produkte und Leistungen. 1. Aufl., Oldenbourg: De Gruyter</li> <li>• Binckebanck, L., Elste, R., Haas, A. (2023): Digitalisierung im Vertrieb. Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen. 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Fachmedien</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Grundlagen Marketing, Grundlagen Vertrieb
Art der Vermittlung	In person lecture, online lecture, self-study
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% continuous assessment</li> <li>• 60% final exam (presentation)</li> <li>• Assessment criteria: correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of the answer, compliance with the criteria of academic writing</li> </ul>

<b>Modulbeschreibung</b>	
<b>Modultitel</b>	<b>Sales Training 1</b>
Nummer & Kurzname	M14
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	UE
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	3
Vorkenntnisse	Social Skills
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Sales Training 2
Lernergebnisse	<p>Dieses Modul kombiniert die Lehrveranstaltungen "Verhandlungsführung im technischen Vertrieb" und "Sales Training" und zielt darauf ab, den Studierenden umfassende Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich Vertrieb und Kommunikation zu vermitteln. Die Studierenden lernen, effektive Vertriebs- und Verhandlungsstrategien zu entwickeln und anzuwenden, um in realen Geschäftssituationen erfolgreich zu agieren.</p> <p>Durch praktische Übungen, Rollenspiele und die Anwendung theoretischer Grundlagen in die Praxis werden die Studierenden befähigt, komplexe Vertriebsstrategien zu entwickeln, effektiv in Verhandlungen zu agieren und individuell zugeschnittene Lösungen zu präsentieren. Die Fähigkeit, Verkaufsgespräche führen und Kundenbedürfnisse analysieren zu können, bereitet die Studierenden optimal auf Herausforderungen im beruflichen Alltag im Bereich des technischen Vertriebs vor.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verschiedene Verhandlungsstile und Verkaufstechniken, einschließlich der Harvard-Verhandlungsmethode und SPIN-Selling zu erläutern,</li> <li>- die Prinzipien der Verhandlungsführung und die Grundlagen erfolgreicher Verkaufsgespräche zu benennen,</li> <li>- verschiedene Kundentypen zu erkennen und zu differenzieren und Verkaufsstrategien anzupassen,</li> <li>- effektive Kommunikationstechniken und Gesprächsführung in Verhandlungen anzuwenden,</li> <li>- Verkaufsstrategien basierend auf Kundenfeedback anzupassen und einzusetzen,</li> <li>- Marktbedingungen zu analysieren und Konflikte und Hindernisse in Verhandlungen zu identifizieren,</li> <li>- die Effektivität von Vertriebsmaßnahmen kritisch zu bewerten,</li> <li>- geeignete Vertriebsstrategien und -werkzeuge basierend auf der jeweiligen Situation und den Zielen zu bewerten,</li> <li>- effektive Verkaufsargumente und -präsentationen zu entwickeln,</li> <li>- innovative Verkaufspräsentationen und -materialien zu erstellen,</li> <li>- detaillierte Projektpläne für den technischen Vertrieb auszuarbeiten und Verkaufsabschlüsse in simulierten Umgebungen zu demonstrieren.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Verhandlungsführung im technischen Vertrieb</b>
Nummer & Kurzname	27, VERH
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE

ECTS Punkte	2
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	3
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Prinzipien und Grundlagen der Verhandlungsführung zu verstehen und anzuwenden,</li> <li>- verschiedene Verhandlungsstile, einschließlich der Harvard-Verhandlungsmethode und SPIN-Selling, zu erkennen und zu differenzieren,</li> <li>- die richtige Verhandlungsstrategie basierend auf der jeweiligen Situation und den Zielen zu wählen,</li> <li>- effektive Kommunikationstechniken und Gesprächsführung in Verhandlungen anzuwenden,</li> <li>- Konflikte und Hindernisse in Verhandlungen zu identifizieren und zu bewältigen,</li> <li>- praktische Übungen und Rollenspiele zur Verbesserung ihrer Verhandlungsfähigkeiten zu reflektieren,</li> <li>- Vorbereitung für die mögliche Teilnahme an der Veranstaltung "European Sales Competition" bzw. "International Sales Week im europäischen Ausland.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Verhandlungsführung (Bedeutung von Verhandlungsführung in verschiedenen Bereichen, Grundlagen erfolgreicher Verhandlungen)</li> <li>• Verschiedene Verhandlungsstile (Harvard-Verhandlungsmethode, SPIN-Selling-Modell, andere wichtige Verhandlungsstile und deren Anwendungsfelder)</li> <li>• Verhandlungsstrategien und -planung (Zielsetzung und Planung von Verhandlungen, Auswahl der passenden Verhandlungsstrategie)</li> <li>• Kommunikation und Gesprächsführung (Effektive Gesprächstechniken und Kommunikationsstrategien, Empathie und aktives Zuhören in Verhandlungen)</li> <li>• Konfliktbewältigung und Hindernisse in Verhandlungen (Identifikation von Konflikten und Herausforderungen, Lösungsansätze und Prävention von Konflikten)</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	<p>Gruppenarbeiten, aktives Üben praxisrelevanter Beispiele und Umsetzung der gelehnten Theorie in die Praxis, Rollenspiele und praktische Übungen in deutscher und englischer Sprache (mit Partnerhochschulen, wie z.B. im Rahmen des COIL-Projektes mit der Fachhochschule der Nordwest-Schweiz, als eine Mini-Sales-Competition), simulierte Verhandlungsszenarien in verschiedenen Kontexten, Feedback und Verbesserung der Verhandlungsfähigkeiten</p>
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauer, A. (2023): Skriptum: Verhandlungsführung im technischen Vertrieb. FH des BFI Wien</li> <li>• Fischer, R. et al. (2018): Das Harvard Konzept. Frankfurt/New York: Campus Verlag</li> <li>• Rackham, N. et al. (1995): SPIN Selling. New York: McGraw-Hill Professional</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht online und vor Ort, Blended Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% immanente Leistungsbeurteilung (Mitarbeit an den Fallbeispielen / Rollenübungen) – Beurteilungskriterien: Qualität der ausgearbeiteten</li> </ul>

	<p>Themengebiete/Case Studies und Präsentationen (Gruppenarbeiten), aktive Teilnahme an Gruppenaktivitäten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% schriftliche Endprüfung (schriftliche Ausarbeitung eines Verhandlungsgesprächs und einer Selbstreflexion) – Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Sales Training</b>
Nummer & Kurzname	28, TRAI
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	4
SWS	2,00
(Ausbildungs-)Semester	3
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verkaufstechniken in realen Vertriebssituationen einzusetzen,</li> <li>- Verkaufsgespräche unter Berücksichtigung unterschiedlicher Kundentypen durchzuführen,</li> <li>- angepasste Verkaufsstrategien basierend auf Kundenfeedback zu entwickeln,</li> <li>- effektive Verkaufsargumente und -präsentationen zu erstellen,</li> <li>- Verkaufsabschlüsse in simulierten Umgebungen zu demonstrieren,</li> <li>- Verkaufsansätze an die Bedürfnisse spezifischer Zielgruppen anzupassen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Techniken des Verkaufs</li> <li>• Psychologie des Verkaufs und Kundenverhaltens</li> <li>• Effektive Kommunikation und Verhandlungsführung</li> <li>• Umgang mit Einwänden und Konflikten im Verkauf</li> <li>• Einsatz von CRM-Systemen und digitalen Verkaufstools</li> <li>• Fallstudien zu erfolgreichen Verkaufsgesprächen</li> <li>• Trends und Innovationen im Vertrieb</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Praktische Übungen mit Rollenspielen zur Simulation von Verkaufsgesprächen, Gruppendiskussionen und Fallstudienanalyse, Feedback- und Reflexionssessions zu durchgeführten Übungen
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preußner, D. (2021): Sicher Auftreten im Technischen Vertrieb, so überzeugen Sie Ihre Kunden. 5. Auflage, Springer/Gabler</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 60% immanente Leistungsbeurteilung – Beurteilungskriterien: Qualität der ausgearbeiteten Themengebiete/Case Studies und Präsentationen (Gruppenarbeiten), aktive Teilnahme an Gruppenaktivitäten sowie individuelle Bearbeitung von Assignments</li> <li>• 40% schriftliche Endprüfung (Schriftliche Reflexion) – Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit,</li> </ul>

Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung,  
Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens

### Modulbeschreibung

<b>Modultitel</b>	<b>Technik 3</b>
Nummer & Kurzname	M15
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	3
Vorkenntnisse	Technik 1, Technik 2
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Applied Science
Lernergebnisse	<p>In diesem Modul erwerben die Studierenden fundierte Kenntnisse in den Bereichen Mechatronik und Digital Engineering. Sie lernen, wie moderne Technologien in verschiedenen industriellen Kontexten angewendet und integriert werden können, und entwickeln Fähigkeiten zur Analyse und Bewertung komplexer technischer Systeme und digitaler Lösungen.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Mechatronik und ihrer Kernkonzepte zu benennen,</li> <li>- die Aufgabengebiete von Digital Engineering und die Grundprinzipien von additiver Fertigung zu beschreiben,</li> <li>- die Integration von mechanischen, elektronischen und informatischen Komponenten in mechatronischen Systemen zu erklären,</li> <li>- die Säulen von Digital Engineering zu erläutern,</li> <li>- grundlegende Prinzipien der Mechatronik in praktischen Projekten anzuwenden,</li> <li>- Anwendungen von Digital Engineering in verschiedenen Branchen zu beschreiben und umzusetzen,</li> <li>- mechatronische Systeme und deren Funktionsweise zu analysieren,</li> <li>- die Rolle der Mechatronik in verschiedenen industriellen Anwendungen einzuordnen,</li> <li>- Effizienzsteigerungsmaßnahmen digitaler Werkzeuge in Unternehmen zu bewerten,</li> <li>- datenschutzrechtliche Aspekte sowie Nachhaltigkeitskonzepte von Digital Engineering zu analysieren und zu bewerten,</li> <li>- eigener Konzepte des Digital Engineerings für industrielle Anwendungen zu entwickeln.</li> </ul>

### Lehrveranstaltungsbeschreibung

<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Mechatronik</b>
Nummer & Kurzname	30, MECH
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	3

LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Grundlagen der Mechatronik und ihrer Kernkonzepte zu definieren,</li> <li>- die Integration von mechanischen, elektronischen und informatischen Komponenten in mechatronischen Systemen zu erklären,</li> <li>- grundlegende Prinzipien der Mechatronik in praktischen Projekten anzuwenden,</li> <li>- die Rolle der Mechatronik in verschiedenen industriellen Anwendungen einzuordnen,</li> <li>- mechatronischen Systeme und deren Funktionsweise zu analysieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Teilgebiete der Mechatronik</li> <li>• Zusammenwirken mechatronischer Teilgebiete</li> <li>• Zusammenspiel mechanischer und elektrischer/elektronischer Systeme, mögliche Schnittstellen</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Impulsvorträge, Diskussion, Exkursion (Ein Termin wird als Exkursion in einer technisch orientierten Organisation in Wien durchgeführt, wo Lehrinhalte der Lehrveranstaltung mit Expert:innen diskutiert werden. Der didaktische Zweck dieser Diskussionen ist die Verknüpfung von Theorie und Praxis.)
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roddeck, W. (2023): Einführung in die Mechatronik. Wiesbaden: Springer Vieweg</li> <li>• Grabow, J. (2013): Verallgemeinerte Netzwerke in der Mechatronik. E-Book, Berlin: Walter de Gruyter GmbH. ProQuest Ebook Central: <a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/fh-vie/detail.action?docID=1345640">https://ebookcentral.proquest.com/lib/fh-vie/detail.action?docID=1345640</a>. (In der Bibliothek der FH des BFI Wien erhalten Studierende freien Zugriff.)</li> <li>• Hüning, F. (2014): The Fundamentals of Electrical Engineering: For Mechatronics. Berlin: Walter de Gruyter GmbH. ProQuest Ebook Central: <a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/fh-vie/detail.action?docID=1685281">https://ebookcentral.proquest.com/lib/fh-vie/detail.action?docID=1685281</a>. (In der Bibliothek der FH des BFI Wien erhalten Studierende freien Zugriff.)</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Blended Learning, Exkursion
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung (automatisierte Moodleaufgabe) – Beurteilungskriterien: inhaltliche Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung</li> <li>• 60% schriftliche Endprüfung (closed book, paper and pencil) – Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Digital Engineering</b>
Nummer & Kurzname	31, TEMA
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	3
LV-Sprache	Deutsch

Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgabengebiete von Digital Engineering zu beschreiben,</li> <li>- die Säulen von Digital Engineering zu erläutern,</li> <li>- Anwendungen von Digital Engineering in verschiedenen Branchen zu beschreiben und deren Umsetzung zu definieren,</li> <li>- die Grundprinzipien von additiver Fertigung zu beschreiben und ihre Anwendungen in der industriellen Fertigung zu erklären,</li> <li>- Effizienzsteigerungsmaßnahmen digitaler Werkzeuge in Unternehmen zu bewerten,</li> <li>- datenschutzrechtliche Aspekte sowie Nachhaltigkeitskonzepte von Digital Engineering zu analysieren und bewerten,</li> <li>- eigene Konzepte des Digital Engineerings für industrielle Anwendungen zu entwickeln.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Digital Engineerings</li> <li>• Definitionen, Entwicklungsgeschichte</li> <li>• Säulen des Digital Engineerings: Vernetzung, Simulation, Datenmanagement, Automatisierung</li> <li>• Anwendungen in ausgesuchten Bereichen: Luftfahrt, Automobilindustrie, Gesundheitswesen</li> <li>• Simulation im Digital Engineering: Finite Elemente Methoden, Augmentierung, Robotersimulation</li> <li>• Effizienzsteigerungsmaßnahmen, Nachhaltigkeit, Fachkräftemangel</li> <li>• Digitaler Zwilling, Künstliche Intelligenz und Maschinelles Lernen</li> <li>• Ethische Fragen zum Digital Engineering</li> <li>• Perspektiven und Zukunft des Digital Engineerings</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Impulsvorträge zu ausgewählten Themen des IIoT, Blended Learning Methoden, Diskussionen zu Aspekten aus den Impulsvorträgen, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<p>Empfohlene Fachliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verl, A., Röck, S. et al. (2024) Echtzeitsimulation in der Produktionsautomatisierung. 1. Aufl., Berlin: Springer Verlag</li> <li>• Mano, M.M., Ciletti, M.D. (2018): Digital Design. 6. Aufl., Global Edition, Pearson Verlag</li> <li>• Borky, J.M., Bradley, Th.H. (2018): Effective Model-Based Systems Engineering. Berlin: Springer Verlag</li> <li>• Cormen, Th.H., Leiserson, C.E. et al. (2022): Introduction to Algorithms. 4. Aufl., Cambridge: MIT Press</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Blended Learning, Online-Lehre, Selbststudium
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsfeststellung - Beurteilungskriterien: Qualität der Case Studies und Präsentation (Gruppenarbeiten), aktive Teilnahme an den Gruppenaktivitäten sowie individuelle Bearbeitung von Assignments</li> <li>• 60% schriftliche Endprüfung - Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Vollständigkeit der Beantwortung, Detailgrad der Beantwortung</li> </ul>

<b>Modulbeschreibung</b>	
<b>Modultitel</b>	<b>International Marketing Week</b>
Nummer & Kurzname	M16
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	UE*
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	4
Vorkenntnisse	Keine
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Management 1, Management 2
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this module, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- describe the methods and vehicles of sponsoring as part of the marketing mix,</li> <li>- define the difference between product driven and value driven positioning in marketing, especially for sponsoring,</li> <li>- analyze the value proposition and future needs of potential sponsors,</li> <li>- elaborate measures for attracting sponsors,</li> <li>- set up social media campaigns for sponsored parties,</li> <li>- recommend adaptations for web appearances.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>International Marketing Week</b>
Nummer & Kurzname	32, IMWE
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE*
ECTS Punkte	6
SWS	6,0
(Ausbildungs-)Semester	4
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- describe the methods and vehicles of sponsoring as part of the marketing mix,</li> <li>- define the difference between product driven and value driven positioning in marketing, especially for sponsoring,</li> <li>- analyze the value proposition and future needs of potential sponsors,</li> <li>- elaborate measures for attracting sponsors,</li> <li>- set up social media campaigns for sponsored parties,</li> <li>- recommend adaptations for web appearances.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Specific instruments in marketing communication</li> <li>• Sponsoring as sufficient vehicle for achieving marketing targets</li> <li>• Involved parties and their needs in sponsoring projects</li> <li>• Value driven approach in sponsoring</li> <li>• Social media and online marketing as key success factors for sponsored parties</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	In person and online lectures (BIP), working on case studies in small groups, presentations, self-study and literature research, excursions

Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Czinkota, M.R., Kotabe, M., Vrontis, D., Shams, S.M.R. (2021): Marketing Management: Past, Present and Future. 4th ed., Cham: Springer</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	None
Art der Vermittlung	Blended Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>60% continuous assessment</li> <li>40% final exam (20% written paper, 20% presentation)</li> <li>Assessment criteria: active participation in group activities, correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of the answer, compliance with the criteria of academic writing.</li> </ul>

<b>Modulbeschreibung</b>	
<b>Modultitel</b>	<b>International Marketing and Management</b>
Nummer & Kurzname	M17
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	4
Vorkenntnisse	Keine
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Management 1, Management 2
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this module, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- understand and use the aspects of intercultural management,</li> <li>- describe, explain and analyse the significance of intercultural characteristics for sales success,</li> <li>- identify different types of networks and clusters and describe roles and tasks,</li> <li>- select and develop appropriate communication strategies in virtual and non-virtual networks.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Intercultural Management</b>
Nummer & Kurzname	33, ICMG
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	4
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- understand and use the most important aspects of communication in an intercultural context,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- describe, differentiate and apply the basic models of comparative cultural management research in an intercultural context,</li> <li>- explain the significance of intercultural characteristics for sales success,</li> <li>- distinguish and evaluate intercultural behaviors comparatively.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comparative cultural management research (Hofstede, Trompenaars, Hall)</li> <li>• Visible - invisible cultural elements</li> <li>• Determinants of intercultural action</li> <li>• Communication in an intercultural context</li> <li>• Expansion strategies of multinational companies</li> <li>• Intercultural training and cultural awareness</li> <li>• Cultural characteristics and challenges of different cultures using current and historical examples</li> <li>• Instruments such as PESTEL analysis, Cultural Iceberg, Power Distance Index, Masculinity Index, Uncertainty Avoidance Index</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Lecture, discussions, case studies, self tests, group work, presentations
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edlinger, H. (2023): Skriptum: Intercultural Aspects. FH des BFI Wien</li> <li>• Treuer, A. (2023): Skriptum: Intercultural Business. FH des BFI Wien (2023)</li> <li>• Winter, B. (2024): Skriptum Intercultural Journey. FH des BFI Wien</li> <li>• Lang, R., Baldauf, N. (2016): Interkulturelles Management. 1. Aufl., Wiesbaden: Springer/Gabler</li> <li>• Cavusgil, S., Knight, G., Riesenberger, J.R. (2019): International Business: The New Realities. 5. Aufl., Global Edition, Pearson Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	International Marketing Week
Art der Vermittlung	Classroom teaching, online classes
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% continuous assessment (written and/or verbal)</li> <li>• 70% final exam (written, closed book)</li> <li>• Assessment criteria: correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of the answer, compliance with the criteria of academic writing</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>International Networks &amp; Clusters</b>
Nummer & Kurzname	34, NECL
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	4
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- identify the different types of networks and clusters and explain them so that the different roles and tasks of people in all types of networks can be described,</li> <li>- select and develop appropriate communication strategies in non-virtual and virtual networks and align them with the corporate strategy,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- compare and combine the various social networks on the web for themselves and for the company.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Networks as a hybrid form of organization between market and hierarchy</li> <li>• Basics of coordination in market, hierarchy and networks</li> <li>• Types of networks, clusters, virtual companies</li> <li>• Roles and tasks in networks</li> <li>• Development and maintenance of networks</li> <li>• Networks as part of the corporate strategy</li> <li>• Tools, resources, core competencies, IT platforms to support networks</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Classroom teaching, online classes
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Galak O. (2023): Skriptum: International Networks and Clusters, FH des BFI Wien</li> <li>• Todeva, E. (2011): Business Networks: Strategy and Structure. London, Routledge</li> <li>• Peng, M. W. (2014): Global Strategic Management. 3rd ed., International Edition, South-Western Cengage Learning</li> <li>• Forsgren, M. (2013): Theories of the Multinational Firm: A Multidimensional Creature in the Global Economy. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing</li> <li>• Xia, M., Zhao, K., &amp; Mahoney, J. T. (2012): Enhancing Value via Cooperation: Firms' Process Benefits from Participation in a Standard Consortium. In: Industrial and Corporate Change, Vol. 21, Number 3, pp 699-729</li> <li>• Porter, M. E. (1998): Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review, Nov.-Dec. 1998, pp 76-90</li> <li>• Cavusgil, S., Knight, G., &amp; Riesenberger, J.R. (2019): International Business: The New Realities. 5th ed., Harlow: Pearson Education Limited</li> <li>• Prashantham, S. (2017): Born Globals, Networks, and Large Multinational Enterprises. London: Routledge</li> <li>• Forsgren, M. &amp; Johanson, J. (2014): Managing Networks in International Business. London: Routledge/Taylor and Francis</li> <li>• Perry, M. (2007): Business Clusters: An International Perspective. London: Routledge</li> <li>• Gomes E., Barnes B.R., Mahmood T., &amp; Gomes E. (2016): A 22 Year Review of Strategic Alliance Research in the Leading Management Journals. International Business Review, Vol. 25, pp. 15-27</li> <li>• Provan, K. G., Fish, A., &amp; Sydow, J. (2007): Interorganizational Networks at the Network Level: A Review of the Empirical Literature on Whole Networks. Journal of Management, Vol. 33, pp. 479-516</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	None
Art der Vermittlung	Classroom teaching, online classes
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% continuous assessment (written and/or verbal)</li> <li>• 70% final exam (written)</li> <li>• Assessment criteria: correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of the answer, compliance with the criteria of academic writing</li> </ul>

Modulbeschreibung	
<b>Modultitel</b>	<b>Sales Engineering</b>
Nummer & Kurzname	M18
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	UE
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	4
Vorkenntnisse	Sales Training 1
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Management 2
Lernergebnisse	<p>Dieses Modul verbindet die Lehrveranstaltungen "Meetings &amp; Negotiations" und "Technical Sales" und zielt darauf ab, den Studierenden umfassende Fähigkeiten in den Bereichen Verhandlungsführung, Meeting-Organisation, technischer Vertrieb und Präsentationstechniken zu vermitteln. Ziel ist es, die Studierenden auf anspruchsvolle Vertriebsituationen in einem internationalen und technisch orientierten Umfeld vorzubereiten.</p> <p>Durch dieses Modul werden die Studierenden befähigt, effektiv in technischen Vertriebs- und Verhandlungssituationen zu agieren, indem sie sowohl ihre sprachlichen als auch ihre fachlichen Kompetenzen einsetzen. Sie lernen, komplexe Informationen zu bewerten, kritisch zu reflektieren und in praktischen Situationen anzuwenden, um optimale Ergebnisse in Verhandlungen und technischen Verkaufsprozessen zu erzielen.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- grundlegende Techniken für effektive Meetings und Verhandlungen sowie die technischen Grundlagen von ausgewählten Projekten bzw. Produkten zu benennen,</li> <li>- die Prinzipien der Verhandlungsführung und Meeting-Organisation zu benennen und zu erklären,</li> <li>- die Schnittstelle zwischen Vertrieb und Technik zu erkennen,</li> <li>- die Bedeutung kultureller Unterschiede in Verhandlungen zu erkennen,</li> <li>- Kommunikationstechniken für erfolgreiche Verhandlungen und effektive Kommunikation und Verhandlungsführung anzuwenden,</li> <li>- Problemlösungen für Prozessabläufe und technische Produkte zu entwickeln,</li> <li>- Konflikte und Herausforderungen in Meetings und Verhandlungen zu analysieren sowie die Kritikalität technischer Prozesse im Hinblick auf Vertriebsaktivitäten zu bewerten,</li> <li>- komplexe technische Prozesse zu bewerten und Wirtschaftlichkeitsanalysen für gegebene Prozesse und Produkte zu erarbeiten,</li> <li>- Verhandlungsstrategien und -ziele basierend auf der Analyse von Fallstudien und realen Vertriebsituationen zu entwickeln,</li> <li>- Verkaufsstrategien an spezifische Zielgruppen anzupassen und effektive Verkaufsargumente und -präsentationen zu entwickeln,</li> <li>- Verkaufspräsentationen und Präsentationstechniken in Verhandlungen zu erstellen und durchzuführen,</li> <li>- effektive Meetings und Verhandlungen unter Berücksichtigung unterschiedlicher Kundentypen und Verhandlungssituationen zu planen und durchzuführen.</li> </ul>

Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Meetings &amp; Negotiations</b>
Nummer & Kurzname	35, MENE
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	4
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- effectively participate in meetings and negotiations,</li> <li>- chair a meeting,</li> <li>- develop negotiation strategies and objectives,</li> <li>- conduct meetings and negotiations,</li> <li>- adapt communication styles to different negotiation situations,</li> <li>- resolve conflicts and challenges in meetings and negotiations,</li> <li>- apply presentation techniques in negotiations,</li> <li>- prepare and plan effective meetings,</li> <li>- take part in culturally diverse business settings and environments.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basics of conducting negotiations and organizing meetings</li> <li>• Communication techniques for successful negotiations</li> <li>• Role plays and case studies on meetings and negotiations</li> <li>• Dealing with difficult interlocutors and situations</li> <li>• The use of tools and technology in meetings</li> <li>• Culturally diverse negotiation/meeting teams</li> <li>• Chairing skills</li> <li>• Tentative language versus direct language</li> <li>• Getting to yes</li> <li>• BATNA: Best alternative to a negotiated agreement</li> <li>• Negotiations tactics versus dirty tricks</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Input, blended learning, self-study research elements, meetings and negotiations simulations, case studies, pair and group work, role plays, self-assessment quizzes
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cotton, D. et.al. (2016): Market Leader. Upper Intermediate, 3rd ed. Extra, Pearson</li> <li>• Jednaszewski, P., Allen, A. (2014): Roleplays for International Business and Negotiations. CreateSpace Independent Publishing Platform</li> <li>• Emmerson, P. (2010): Business English Handbook: Advanced – The whole of business in one book. Oxford: Macmillan</li> <li>• Emmerson, P. (1999) Business Builder. Modules 1-9. 1st ed. Oxford: Macmillan</li> <li>• Stephens, B. (2011): Meetings in English: Be effective in international meetings. Student's Book with Audio-CD (Business Skills). Oxford: Macmillan</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Modul Social Skills, Verhandlungsführung im technischen Vertrieb (UE)
Art der Vermittlung	Classroom teaching, online classes, blended learning

Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% continuous assessment: active class participation, assignments, quizzes</li> <li>• 50% simulations: 2 case studies in small groups as meetings/negotiations simulations</li> <li>• Assessment criteria: correct use of meetings/negotiations language, good use of negotiations tactics, demonstration of chairperson skills</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Technical Sales</b>
Nummer & Kurzname	36, TESA
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	4
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Problemlösungen für Prozessabläufe und technische Produkte zu erarbeiten,</li> <li>- Wirtschaftlichkeitsanalysen für gegebene Prozesse und Produkte zu erstellen,</li> <li>- Verkaufspräsentationen zu erstellen,</li> <li>- Präsentationen in Kleingruppen abzuhalten,</li> <li>- Präsentations- und Kommunikationstechniken anzuwenden,</li> <li>- Komplexe technische Prozesse zu bewerten.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Case Studies aus dem Umfeld der Industrie und des Gewerbes mit Fokus auf technische Abläufe und Prozesse</li> <li>• Technische Grundlagen von ausgewählten Projekten bzw. Produkten</li> <li>• Schnittstellendefinition zwischen Vertrieb und Technik</li> <li>• Lösungsfindung in technischen Prozessen</li> <li>• Bewertung der Kritikalität technischer Prozesse im Hinblick auf Vertriebsaktivitäten</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Impulsvorträge zu den vorgestellten Cases, Diskussionen zu Aspekten aus den Impulsvorträgen, Bearbeitung der Case Studies in Kleingruppen, Präsentation von Gruppenarbeiten, Großgruppenreflexion und -diskussion der erarbeiteten Ergebnisse
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langer, I., Schulz von Thun, Fr., Tausch, R. (2019): Sich verständlich ausdrücken. 11. Aufl., E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Baum, K., Deeg, C. (2018): Sich verständlich ausdrücken – Trainingsprogramm. Leserorientiert schreiben lernen. E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Oertner, M., St. John, I., Thelen, G. (2014): Wissenschaftlich Schreiben: Ein Praxisbuch für Schreibtrainer und Studierende. 1. Aufl., E-Book, Paderborn: Wilhelm Fink</li> <li>• Kornmeier, M. (2021): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: für Bachelor, Master und Dissertation. 9. Aufl., E-Book, Bern: Haupt Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Module Technik 1, Technik 2 und Technik 3
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Blended Learning, Online-Lehre

Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% immanente Leistungsfeststellung - Beurteilungskriterien: Qualität der Case Studies und Präsentation (Gruppenarbeiten), aktive Teilnahme an den Gruppenaktivitäten sowie individuelle Bearbeitung von Assignments, Präsentationstechniken, Aufbereitung und Qualität der Schlusspräsentationen.</li> </ul>
---	---

## Modulbeschreibung

<b>Modultitel</b>	<b>Sales Training 2</b>
Nummer & Kurzname	M19
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	UE
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	4
Vorkenntnisse	Sales Training 1
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Marketing 3: Verkaufspsychologie (ILV)
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- überzeugende Verkaufspräsentationen zielgruppenorientiert zu erstellen und auszuführen,</li> <li>- Verkaufsargumente und Produktvorteile zu visualisieren und zu veranschaulichen,</li> <li>- die Prinzipien der digitalen Transformation und deren Potentiale in Sales und Marketing zu erfassen und wiederzugeben,</li> <li>- Tools, Methoden und Techniken in den Bereichen XR, VR und AR anzuwenden.</li> </ul>

## Lehrveranstaltungsbeschreibung

<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Präsentation Sales</b>
Nummer & Kurzname	37, PRSA
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	4
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- effektive Präsentationstechniken im Verkaufsumfeld anzuwenden,</li> <li>- überzeugende Verkaufspräsentationen zu erstellen,</li> <li>- Verkaufspräsentationen durchzuführen und zu bewerten,</li> <li>- klare und einprägsame Verkaufsbotschaften zu entwickeln,</li> <li>- Präsentationen an unterschiedliche Zielgruppen anzupassen,</li> <li>- Verkaufsargumente und Produktvorteile zu visualisieren,</li> <li>- Verkaufsm Meetings und Präsentationen vorzubereiten und zu organisieren.</li> </ul>

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Design und Strukturierung von effektiven Präsentationen</li> <li>• Einsatz von Visualisierungstools und -software</li> <li>• Körpersprache und nonverbale Kommunikation im Verkauf</li> <li>• Anpassung von Präsentationen an Kundenbedürfnisse</li> <li>• Feedback und Kritik in Verkaufspräsentationen</li> <li>• Fallbeispiele erfolgreicher Verkaufspräsentationen</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Anwenden und Trainieren der Verkaufstechniken und Reflexion der praktischen Erfahrung, Feedback-Sessions und Peer-Reviews von Präsentationen, Gruppenarbeiten zur Entwicklung von Präsentationsstrategien, Einsatz von Präsentationssoftware und -werkzeugen
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garten, M. (2013): Präsentationen erfolgreich gestalten und halten. Offenbach am Main: Gabal Verlag. (In der Bibliothek der FH des BFI erhalten Studierende freien Zugriff.)</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Modul Sales Training 1
Art der Vermittlung	Blended Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung – Beurteilungskriterien: Qualität der Präsentation, aktive Teilnahme an den Gruppenaktivitäten</li> <li>• 60% schriftliche Endprüfung (Schriftliche Selbstreflexion) – Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Digital Sales</b>
Nummer & Kurzname	38, DIGI
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	4
SWS	2,0
(Ausbildungs-)Semester	4
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- understand and be able to apply the basic principles and potential of digital transformation and new technologies in technical sales,</li> <li>- explain the knowledge, methods and techniques of XR, VR and AR in concrete terms and classify their benefits and to use and apply them in practice,</li> <li>- understand, explain and apply the benefits of digital sales.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digital transformation in sales</li> <li>• Use of data glasses in sales</li> <li>• Digital value proposition</li> <li>• Sales intelligence tools</li> <li>• XR, augmented reality and virtual reality: possibilities and applications</li> <li>• Applied sales training with digital media</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Theoretical inputs, exercises and practical examples, role plays, simulations of sales conversations, use of XR tools and digital images and digital twins, group work, student presentations, one-minute papers

Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rainsberger, L. (2024): Digital Transformation in Sales. Wiesbaden: Springer/Gabler</li> <li>• Bernd, R., Fantapié Altobelli, C., Sander, M. (2023): International Marketing Management. 1. Aufl., Berlin: Springer</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Modul Technik 3, Modul Sales Training 1
Art der Vermittlung	Classroom teaching, online classes
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% continuous assessment</li> <li>• Assessment criteria: active participation in learning processes, completion of exercises and work assignments, participation in discussions, completion of project work and participation in group work</li> </ul>

Modulbeschreibung	
Modultitel	Applied Science
Nummer & Kurzname	M20
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	UE, ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	4
Vorkenntnisse	Keine
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Bachelorseminar
Lernergebnisse	<p>Dieses Modul vereint die Lehrveranstaltungen "Wissenschaftliches Arbeiten" und "Technological Trends", um Studierenden fundierte Kenntnisse in wissenschaftlichen Methoden und ein tiefgreifendes Verständnis aktueller technologischer Entwicklungen zu vermitteln. Ziel ist es, die Fähigkeiten der Studierenden zur Analyse, Bewertung und Anwendung neuester Technologien in verschiedenen Geschäftsbereichen zu stärken und sie zur Durchführung eigenständiger wissenschaftlicher Forschung zu befähigen.</p> <p>In diesem Modul erwerben die Studierenden die Kompetenzen, um wissenschaftliche Forschungsmethoden gezielt einzusetzen, technologische Entwicklungen kritisch zu analysieren und ihre Erkenntnisse in praxisorientierte Lösungsansätze zu überführen. Sie werden befähigt, sowohl in akademischen als auch in beruflichen Kontexten effektiv zu agieren und zur Weiterentwicklung von Technologien und deren Anwendungen beizutragen.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Grundlagen wissenschaftlicher Forschungsmethoden und aktueller technologischer Trends in Marketing, Vertrieb und Produktion zu benennen,</li> <li>- die Techniken der Literaturrecherche, Quellenkritik und der Strukturierung wissenschaftlicher Arbeiten zu erläutern,</li> <li>- die Auswirkungen digitaler Technologien auf Geschäftsprozesse zu erklären und die Pros und Cons aktueller Technologietrends zu identifizieren,</li> <li>- wissenschaftliche Methoden zur Entwicklung von Forschungsfragen und Hypothesen anzuwenden,</li> <li>- Digitalisierungsstrategien und Roadmaps für spezifische Industrien zu entwickeln,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zukünftigen Einfluss technologischer Trends auf Geschäftsprozesse zu analysieren und zu interpretieren,</li> <li>- komplexe technische Prozesse zu bewerten und Wirtschaftlichkeitsanalysen zu erstellen,</li> <li>- Forschungsansätze basierend auf wissenschaftlichen Kriterien zu bewerten und Entscheidungen bezüglich vielversprechender Trends für spezifische Industrien zu treffen,</li> <li>- die Relevanz und Anwendbarkeit aktueller Technologietrends kritisch zu bewerten,</li> <li>- wissenschaftliche Projekte zu planen und zu strukturieren und Forschungsberichte gemäß akademischem Standard zu erstellen,</li> <li>- Forschungsergebnisse und Daten zu visualisieren, sowie Präsentationstechniken für die Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse und technologischer Innovationen anzuwenden.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Wissenschaftliches Arbeiten</b>
Nummer & Kurzname	39, WISA
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	3
SWS	2,0
(Ausbildungs-)Semester	4
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wissenschaftliche Methoden und Techniken in der Forschung anzuwenden,</li> <li>- wissenschaftliche Texte gemäß akademischem Standard zu erstellen,</li> <li>- Literaturrecherchen und Datenanalysen durchzuführen,</li> <li>- wissenschaftliche Fragestellungen und Hypothesen zu entwickeln,</li> <li>- Forschungsansätze basierend auf wissenschaftlichen Kriterien anzupassen,</li> <li>- Forschungsergebnisse und Daten zu visualisieren,</li> <li>- wissenschaftliche Projekte zu planen und zu strukturieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen wissenschaftlicher Forschungsmethoden</li> <li>• Techniken der Literaturrecherche und Quellenkritik</li> <li>• Strukturierung und Schreiben wissenschaftlicher Arbeiten</li> <li>• Grundlagen der Datenanalyse und Statistik</li> <li>• Ethik und Integrität in der wissenschaftlichen Forschung</li> <li>• Präsentationstechniken für wissenschaftliche Ergebnisse</li> <li>• Umgang mit wissenschaftlicher Software und Tools</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Moderierte praktische Übungen zur Anwendung von Forschungsmethoden, Workshop zur effektiven Literaturrecherche und Quellenbewertung, Schreibworkshops für die Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten, Gruppenprojekte zur Entwicklung von Forschungsfragen, Präsentationen zur Darstellung von Forschungsergebnissen, Feedback-Sessions und Peer-Reviews

Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langer, I., Schulz von Thun, Fr., Tausch, R. (2019): Sich verständlich ausdrücken. 11. Aufl., E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Baum, K., Deeg, C. (2018): Sich verständlich ausdrücken – Trainingsprogramm. Leserorientiert schreiben lernen. E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Oertner, M., St. John, I., Thelen, G. (2014): Wissenschaftlich Schreiben: Ein Praxisbuch für Schreibtrainer und Studierende. 1. Aufl., E-Book, Paderborn: Wilhelm Fink</li> <li>• Kornmeier, M. (2021): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: für Bachelor, Master und Dissertation. 9. Aufl., E-Book, Bern: Haupt Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Onlineunterricht
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 60% Immanente Leistungsbeurteilung (schriftliche Ausarbeitungen)</li> <li>• 40% schriftliche Endprüfung (Disposition der Bachelorarbeit)</li> <li>• Beurteilungskriterien: inhaltliche und methodische Richtigkeit, Einhaltung der Kriterien wissenschaftlichen Schreibens</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Technological Trends</b>
Nummer & Kurzname	40, TETR
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	3
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	4
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- describe current trends in marketing, sales and production,</li> <li>- interpret the future impact on business processes,</li> <li>- give examples of business topics facing major technological changes in the future,</li> <li>- identify pros and cons of current technology trends,</li> <li>- take decisions which trends are promising for specific industries,</li> <li>- elaborate a digitalization strategy and roadmap.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitalization in marketing, sales and production</li> <li>• AI as efficiency and growth driver</li> <li>• Trends in Metaverse Applications</li> <li>• Virtual, augmented and mixed reality in industry</li> <li>• Digital twins</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Lecture in presence, online lecture, self-learning, group work & presentation, literature research, excursions
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marr, B. (2020): Tech Trends in Practice: The 25 Technologies that are driving the 4th Industrial Revolution. 1st ed. Chichester, UK: Wiley &amp; Sons Ltd</li> <li>• Binckebanck, L., Elste, R., Haas, A. (2023): Digitalisierung im Vertrieb: Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Fachmedien</li> </ul>

Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Industrial Internet of Things (ILV) and Digital Engineering (ILV)
Art der Vermittlung	In person lecture, online lecture, self-study
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% continuous assessment</li> <li>• 60% final exam (presentation)</li> <li>• Assessment criteria: correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of the answer</li> </ul>

Modulbeschreibung	
<b>Modultitel</b>	<b>Marketing 3</b>
Nummer & Kurzname	M21
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	5
Vorkenntnisse	Marketing 1, Marketing 2
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verkaufsstrategien erfolgreich anzuwenden,</li> <li>- Einwandbehandlungs- und Verkaufsabschlussstrategien zu erstellen und zu beurteilen,</li> <li>- Risiken im Onlinehandel einzuschätzen, potentielle Schäden zu erkennen und zu vermeiden.</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Verkaufpsychologie</b>
Nummer & Kurzname	41, PSYC
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	4
SWS	1,5
(Ausbildungs-)Semester	5
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen von effizienten Verkaufsgesprächen wiederzugeben,</li> <li>- individuell eingesetzte Verkaufsstrategien in der täglichen beruflichen Praxis erfolgreich umzusetzen und anzuwenden,</li> <li>- Stärken- und Schwächenanalysen des eigenen Verkaufsstils zu formulieren,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einwandbehandlungs- und Verkaufsabschlussstrategien zu erstellen und zu beurteilen und,</li> <li>- Aftersales-Strategien zu planen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfolgreich verkaufen</li> <li>• Zahlen, Daten, Fakten: Verkauf heute</li> <li>• Aktives Zuhören</li> <li>• Small Steps-Methode</li> <li>• Simulation eines Verkaufsgesprächs</li> <li>• Mechanismen der Verkaufspsychologie</li> <li>• Ziele, Struktur, Phasen des Verkaufsgesprächs</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Vorträge, Übungen, Simulationen und Reflexion
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cialdini; R.B. (2017): Die Psychologie des Überzeugens. 8. Aufl., Bern: Hogrefe AG</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenz und Online
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung</li> <li>• 60% mündliche Endprüfung (Verkaufsgespräch)</li> <li>• Bewertungskriterien: inhaltliche und methodische Korrektheit, Vollständigkeit der Antwort, Detaillierungsgrad der Antwort</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Risiken im digitalen Vertrieb</b>
Nummer & Kurzname	42, RISK
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	5
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Risiken im Bereich des Onlinehandels einzuschätzen,</li> <li>• die betriebswirtschaftlichen Prozesse und Stellschrauben zur Vermeidung von Schäden im Onlinehandel zu erkennen,</li> <li>• n Prozessketten zu denken und Möglichkeiten zu erarbeiten, um Sicherheit im digitalen Vertrieb zu implementieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prozesskette (E-Commerce)</li> <li>• Controllingmodelle</li> <li>• Analysemodelle und Stellschrauben zu einzelnen Prozessen</li> <li>• Sicherheitskonzept</li> <li>• risikobasierter Ansatz</li> <li>• Kosten-Nutzen-Rechnung</li> <li>• Sicherheitsevaluierung</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Vortrag, Fallbeispiele, Gruppendiskussionen, digitales Selbststudium

Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kahn, C. (2023): Skriptum: Risiken im digitalen Vertrieb. FH des BFI Wien</li> <li>• Binckebanck, L., Elste, R., Haas, A. (2023): Digitalisierung im Vertrieb: Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer/Gabler</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Grundlagen Marketing, Grundlagen Vertrieb, Social Media 1
Art der Vermittlung	Fernlehre und Präsenzunterricht
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung</li> <li>• 60% schriftliche Endprüfung (Moodle Quizz)</li> <li>• Bewertungskriterien: inhaltliche und methodische Korrektheit, Vollständigkeit der Antwort, Detaillierungsgrad der Antwort</li> </ul>

Modulbeschreibung	
<b>Modultitel</b>	<b>Sales 2</b>
Nummer & Kurzname	M22
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	5
Vorkenntnisse	Sales 1
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Bedeutung des Außenhandels einzuordnen,</li> <li>- Exporttools zu benutzen und Absicherungsmöglichkeiten einzusetzen,</li> <li>- Sales Tools inkl. KI-Anwendungen und deren Einsatzmöglichkeiten zu beschreiben,</li> <li>- digitale Vertriebstools, wie CRM und CPQ zu bedienen, Daten zu generieren und zu interpretieren.</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Außenhandel</b>
Nummer & Kurzname	43, AHAN
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	5
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- die wichtigsten Tools für den Export und die dazugehörigen Absicherungen zu beschreiben,</li> <li>- ausgewählte Rechtsfragen in Zusammenhang mit dem Export zu bearbeiten,</li> <li>- das Freihandelsabkommen der EU sowie Steuerfragen im Außenhandel zu interpretieren.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internationale Organisationen</li> <li>• EU-Exportkontrolle, Nationale Exportkontrolle</li> <li>• Rechtsfragen im Außenhandel</li> <li>• Incoterms</li> <li>• Grundzüge des Zollrechts der EU</li> <li>• Freihandelsabkommen der EU</li> <li>• Steuerfragen im Außenhandel</li> <li>• Akkreditiv</li> <li>• Zahlungsmodalitäten im Außenhandel</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Vortrag, Diskussionen, Gruppenarbeiten
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Büter, C. (2017): Außenhandel: Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen. 4. Aufl., Berlin/Heidelberg: Springer</li> <li>• Krumpel, P. (2023): Skriptum: Außenhandel. FH des BFI Wien</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Fernlehre
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% immanente Leistungsbeurteilung</li> <li>• 70% schriftlichen Endprüfung</li> <li>• Bewertungskriterien: inhaltliche und methodische Korrektheit, Vollständigkeit der Antwort, Detaillierungsgrad der Antwort</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Sales Tools</b>
Nummer & Kurzname	44, TOOL
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	4
SWS	2,0
(Ausbildungs-)Semester	5
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sales Tools and deren Einsatzmöglichkeiten zu erläutern und einzuordnen,</li> <li>- die Bedeutung von KI im Sales Prozess zu erläutern,</li> <li>- die Analyse und Gestaltung von Sales Tool-Prozessen vorzunehmen und diese kritisch zu bewerten,</li> <li>- anhand eines konkreten Fallbeispiels aus dem technischen Vertrieb die Sales Tool-Prozessmodellierung praxisbezogen anzuwenden,</li> <li>- die Implementierung von Sales Tool-Projekten zu steuern,</li> <li>- die Bewertung von verschiedenen Vertriebssoftwarearten selbst vorzunehmen,</li> <li>- relevante Vertriebssoftwarearten zu bedienen und Daten daraus zu generieren und zu interpretieren.</li> </ul>

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KI Einsatzmöglichkeiten</li> <li>• Tool Übersicht: CRM, CPQ, Sales Acceleration, Sales Enablement, Sales Automation, Sales Analytics, Customer Communication, Lead Generation, Sales Intelligence, Account Based Marketing</li> <li>• CRM als Unternehmensphilosophie des kundenorientierten Vertriebs</li> <li>• Kundenorientierte Prozessgestaltung, Überblick über Prozessdiagramme und -modelle</li> <li>• Erfahrungen aus der Sales Tool-Praxis</li> <li>• Ziele und Methoden zur Umsetzung von Sales Tool-Projekten im technischen Vertrieb</li> <li>• Data Mining</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Theoretische Inputs, Fallstudie, Gruppenarbeiten, Präsentation der Studierenden, Selbststudium, Anwenden der LV-Inhalte durch Übungsbeispiele und Durchführung praktischer Beispiele
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rainsberger, L. (2021): Digitale Transformation im Vertrieb. 1. Aufl., Wiesbaden: Springer Fachmedien</li> <li>• Hafner, N. (2017): Die Kunst der Kundenbeziehung: Die besten Ratschläge für ein langfristig profitables CRM. 1. Aufl., Haufe-Lexware</li> <li>• Binckebanck, L., Elste, R., Haas, A. (2023): Digitalisierung im Vertrieb: Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen. 2. Aufl., Wiesbaden: Springer/Gabler</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Grundlagen Vertrieb, Grundlagen Marketing
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Fernlehre, Gastvortrag, Exkursion
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung</li> <li>• 60% Endprüfung: Beurteilung der schriftlichen Arbeit inklusive Abschlusspräsentation</li> <li>• Bewertungskriterien: inhaltliche und methodische Korrektheit, Vollständigkeit der Antwort, Detaillierungsgrad der Antwort</li> </ul>

Modulbeschreibung	
<b>Modultitel</b>	<b>Management 1</b>
Nummer & Kurzname	M23
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	UE, ILV
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	5
Vorkenntnisse	Keine
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Management 2
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Aufgaben von Business Development zu beschreiben,</li> <li>- Markt Trends zu analysieren und Strategien wie Opportunitäten abzuleiten und deren Umsetzung zu überwachen,</li> <li>- zwischen normativem, strategischem und operativem Management zu unterscheiden,</li> <li>- Vor- und Nachteile verschiedener Formen der Aufbau- und Ablauforganisation zu analysieren,</li> <li>- Aufgabenfelder und Instrumente des Controllings, der Personalwirtschaft zu erklären,</li> </ul>

	- Analysen von Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren für die Unternehmensstrategie anzuwenden.
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
Titel der Lehrveranstaltung	<b>Business Development</b>
Nummer & Kurzname	45, BDEV
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	5
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- describe tasks and interfaces of Business Development within an organization,</li> <li>- apply Business Development instruments,</li> <li>- analyze market trends and opportunities for business growth,</li> <li>- define strategies for portfolio optimization,</li> <li>- set up standards for M&amp;A target screening,</li> <li>- optimize and control the Business Development process.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Role, function and instruments of Business Development</li> <li>• Portfolio and lifecycle management</li> <li>• Business innovation models</li> <li>• Market observation and market intelligence</li> <li>• M&amp;A as growth driver</li> <li>• Business Development process and controlling</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Lecture in presence, online lecture, online quiz, self-learning, group work & presentation, literature research
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kohne, A. (2022): Business Development: Processes, Methods and Tools. 2nd ed., Springer Vieweg</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Grundlagen Marketing (VO) und Grundlagen Vertrieb (VO)
Art der Vermittlung	In person lecture, online lecture, self-study
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% continuous assessment</li> <li>• 60% final exam (written paper and presentation)</li> <li>• Assessment criteria: correctness of content and methodology, completeness of the answer, level of detail of the answer</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	
Titel der Lehrveranstaltung	<b>Unternehmensführung/Entrepreneurship</b>
Nummer & Kurzname	46, UNTE
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	5

LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zwischen verschiedenen Arten von Unternehmenszielen zu unterscheiden,</li> <li>- zwischen normativem, strategischem und operativem Management zu unterscheiden,</li> <li>- Aufgabenfelder und Instrumente des Controllings zu erklären,</li> <li>- die Vor- und Nachteile einer starken Unternehmenskultur zu skizzieren,</li> <li>- aus der Analyse von Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren Strategien für ein gesamtes Unternehmen als auch dessen einzelne Geschäftsfelder zu entwickeln,</li> <li>- die Vor- und Nachteile verschiedener Formen der Aufbauorganisation zu analysieren,</li> <li>- Geschäftsprozesse zu dokumentieren, zu analysieren und zu optimieren,</li> <li>- zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation zu unterscheiden,</li> <li>- zwischen verschiedenen Führungstheorien und -stilen zu unterscheiden,</li> <li>- Aufgabenfelder und Instrumente der Personalwirtschaft zu erklären.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Management</li> <li>• Unternehmensziele</li> <li>• Unternehmenskultur</li> <li>• Strategisches Management</li> <li>• Aufbauorganisation</li> <li>• Ablauforganisation</li> <li>• Changemanagement</li> <li>• Motivation und Führung</li> <li>• Personalmanagement</li> <li>• Controlling</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Flipped Classroom, moderierte Diskussionen, Gruppenarbeiten, One Minute Papers, Online Quizzes, Vortrag
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monsberger, R. (2024): Skriptum: Entrepreneurship, FH des BFI Wien</li> <li>• Grichnik, D., Brettel, M., Koropp, Ch., Mauer, R. (2017): Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen. 2. Aufl., Schäffer-Poeschel</li> <li>• Wala, Th., Grobbschegg, S. (2016): Kernelemente der Unternehmensführung. 1. Aufl., Wien: Linde Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht und Onlineunterricht
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% immanente Leistungsbeurteilung (Zwischentests)</li> <li>• 60% Endprüfung</li> <li>• Bewertungskriterien: inhaltliche und methodische Korrektheit, Vollständigkeit der Antwort, Detaillierungsgrad der Antwort</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Business Leadership Skills</b>
Nummer & Kurzname	47, BLSK
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	2
SWS	1,0

(Ausbildungs-)Semester	5
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verschiedene wissenschaftliche Betrachtungsweisen auf das Thema Führung zu unterscheiden und dadurch einen reflektierten Führungsbegriff anzuwenden,</li> <li>- die Bedeutung von Menschenbildern auf das Verständnis und die Praxis von Führung zu erkennen,</li> <li>- Modelle von Führung auf den eigenen gegenwärtigen oder erlebten organisationalen Kontext zu übertragen und diese in Bezug auf Stärken und Verbesserungsmöglichkeiten zu analysieren,</li> <li>- auf der Basis von mehreren Selbstassessments eine Reflexion eigener Stärken- und Lernfelder durchzuführen und daraus Entwicklungsschritte zur Verbesserung der eigenen Führungsqualifikationen abzuleiten.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betrachtungsweisen von Führung: personale, situative, relationale und strukturbezogene Ansätze (Bolden et al. 2023)</li> <li>• Das Führungsmodell „Leader-Follower Exchange“</li> <li>• Das Menschenbild der Führung nach Theorie X und Y und seine Bedeutung in der heutigen Arbeitswelt</li> <li>• Führung in der Organisation: die verschiedenen Führungsebenen und ihre jeweiligen Aufgaben und was von ihnen erwartet wird</li> <li>• Agile Konzepte von Führung (Girod &amp; Kralik, 2021)</li> <li>• Führung, Performance Management und die Theorie des Inner Work Life (Amabile &amp; Kramer, 2011)</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Referent:innenseitige Inputs, Durcharbeiten von Checklisten und Assessmentbögen durch Teilnehmer:innen, Diskussion von Auswertungen der Assessments und Feedback durch Peers in Kleingruppen, Übungen zu Führungsfragestellungen in Kleingruppen, Virtual lectures (Videos, Lehrvideos)
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amabile, T.M., Kramer, S.J. (2011): The power of small wins. Harvard Business Review, Vol. 89 (5), S. 70-80.</li> <li>• Bolden, R., Gosling, J., Hawkins, B. (2023): Exploring Leadership. 2. Aufl., Oxford: Oxford University Press</li> <li>• Felfe, J., Dick, R.V. (Hrsg.)(2024): Handbuch Mitarbeiterführung. Wirtschaftspsychologisches Praxiswissen für Fach- und Führungskräfte. 2. Aufl., Berlin/Heidelberg: Springer</li> <li>• Girod, S., Králik, M. (2021): Resetting Management. Kogan Page</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Blended Learning, E-Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40 % immanente Leistungsbeurteilung</li> <li>• 60 % schriftliche Endprüfung (Seminararbeit)</li> <li>• Beurteilungskriterien: Bearbeitung der Aufgabenstellungen, Klarheit der Argumentation, Tiefgang der Analyse, Nachvollziehbarkeit der Schlussfolgerungen, Einhaltung formaler Kriterien</li> </ul>

Modulbeschreibung	
<b>Modultitel</b>	<b>Management 2</b>
Nummer & Kurzname	M24
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	ILV

ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	5
Vorkenntnisse	Management 1
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Bedeutung von Innovations- und Technologiemanagement zu verstehen,</li> <li>- Innovations- und Technologiestrategien zu erklären, zu bewerten und anzuwenden,</li> <li>- Unternehmenskennzahlen zu analysieren und zu interpretieren,</li> <li>- Verkaufs- und Unternehmensstrategien einzuordnen und in einer Mittelfristplanung einzusetzen.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Innovations- und Technologiemanagement</b>
Nummer & Kurzname	48, IUTM
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	4
SWS	2,0
(Ausbildungs-)Semester	5
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovationsmanagement und Technologiemanagement aufbau- und ablauforganisatorisch zu interpretieren und zu erklären,</li> <li>- Innovations- und Technologiestrategien, sowie Portfoliostrategien mithilfe von Tools zu erklären und auf reale Sachverhalte anzuwenden sowie zu analysieren,</li> <li>- Innovations- und Technologiestrategien, sowie Portfoliostrategien zu bewerten und aktiv in geringem Umfang zu gestalten.</li> </ul>
Lehrinhalte	<p>Bedeutung von Innovationen im Unternehmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klärung und Anwendung einschlägiger Fachbegriffe</li> <li>• Innovation als Wachstumsstrategie</li> <li>• Phasen des Innovationsprozesses</li> <li>• gängige Kreativitätstechniken und deren korrekter Einsatz zu Ideengenerierung &amp; Ideenbewertung</li> <li>• Innovationsstrategie &amp; Open Innovation</li> <li>• Erfolgsfaktoren im Innovationsmanagement</li> <li>• Wirtschaftlichkeitsanalyse</li> <li>• mögliche Aufbau- und Ablauforganisation des Innovationsmanagements im Unternehmen</li> <li>• Bedeutung der Unternehmenskultur</li> <li>• Geschäftsmodellinnovation</li> <li>• Markteinführung</li> <li>• Adoptions- und Diffusionsprozess</li> </ul> <p>Technologiemanagement:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Technologiedynamik (Technologielebenszyklus, S-Kurven-Konzept)</li> <li>• Technologiestrategie, -roadmaps</li> <li>• Technologie-, Unternehmens- und Marktanalyse bzw. strategische Optionen und Handlungsempfehlungen</li> <li>• Technologieportfolios inkl. Tools zur Veranschaulichung</li> <li>• Strategische Investitionsplanung im Technologiemanagement</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Theoretische Inputs, Fallstudien, Gruppenarbeiten, Literaturrecherchen, Hausarbeit, aktives Üben praxisrelevanter Beispiele
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stummer, Ch., Günther, M., Höfler, A.M. (2020), Grundzüge des Innovations- und Technologiemanagements, 4. Aufl., Wien: facultas WUV</li> <li>• Stern, Th., Jaberg, H. (2010): Erfolgreiches Innovationsmanagement. Erfolgsfaktoren – Grundmuster – Fallbeispiele. 4. Aufl., Wiesbaden: Springer/Gabler</li> <li>• Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer/Gabler</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Blended Learning, E-Learning
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% immanente Leistungsbeurteilung</li> <li>• 70% schriftliche Endprüfung (open Book möglich)</li> <li>• Beurteilungskriterien: Vollständigkeit, Detailgrad und Komplexitätsniveau der Beantwortung von Fragestellungen bzw. Bearbeitung von Aufgabenstellungen, Korrektheit der Lösungswege und Ergebnisse, Einhaltung formaler Kriterien</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Business Game (Business Simulation)</b>
Nummer & Kurzname	49, BUGA
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	ILV
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	5
LV-Sprache	Englisch
Lernergebnisse	<p>After successful completion of this course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- understand corporate law and business management contexts,</li> <li>- recognize the interactions between strategy, planning and implementation in the management of a company,</li> <li>- filter out the necessary information for decisions from extensive data material on company key figures and interpret these,</li> <li>- develop their own strategies, map and implement these strategies in medium-term planning,</li> <li>- have an overview of the reporting and control obligations of the supervisory board and management board of a public limited company under company law.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corporate strategy and key performance indicators (KPI)</li> <li>• Material procurement and storage, production planning, product development, marketing and sales, company finances</li> <li>• Analysis and interpretation of company key figures</li> </ul>

Lehr- und Lernformen	<p>Online simulation:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• management of a company over 12 quarters</li> <li>• development of a strategy</li> <li>• entrepreneurial functions of sales, production and finance</li> <li>• fictitious supervisory board meeting</li> <li>• analysis of the key figures of the company</li> <li>• benchmarking and interpretation</li> </ul>
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gutwirth. U. (2023): Unternehmensplanspiel. Salzburg</li> <li>• Hungenberg, H., Wulf, Th. (2021): Grundlagen der Unternehmensführung. 6. Aufl., Wiesbaden: Springer/Gabler</li> <li>• Kriz, W.Ch. (2000): Lernziel: Systemkompetenz. Planspiele als Trainingsmethode. 1. Aufl., Göttingen: Vandenhoeck &amp; Ruprecht</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	ABWL 1-Grundlagen, ABWL 2 - Rechnungswesen
Art der Vermittlung	Classroom teaching, online classes
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% continuous assessment (completion of the simulation)</li> <li>• 60% final exam (supervisory board presentation - company report, final benchmark)</li> <li>• Assessment criteria: completeness, level of detail and complexity of the answers, correctness of the solutions and results, compliance with formal criteria.</li> </ul>

Modulbeschreibung	
<b>Modultitel</b>	<b>Bachelorseminar 1</b>
Nummer & Kurzname	M25
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	SE
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	5
Vorkenntnisse	Applied Science
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-
Lernergebnisse	<p>Dieses Modul ist darauf ausgerichtet, die Studierenden dabei zu begleiten, selbstständig komplexe technische Fragestellungen zu bearbeiten, kritisch zu reflektieren und innovative Lösungsansätze zu entwickeln.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- aktuelle Forschungsthemen und Technologien in der Technik zu analysieren,</li> <li>- wissenschaftliche Artikel und Studien kritisch zu bewerten,</li> <li>- einen Forschungsplan für ein technisches Thema zu erstellen,</li> <li>- eigene Thesen und Ansichten zu entwickeln und zu verteidigen,</li> <li>- Schlussfolgerungen aus Forschungsergebnissen abzuleiten,</li> <li>- Konzepte für die Bachelorarbeit zu entwickeln,</li> <li>- Präsentationen und Diskussionen zu technischen Themen durchzuführen.</li> </ul>
Lehrveranstaltungsbeschreibung	

<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Bachelorseminar Teil 1 (Technik)</b>
Nummer & Kurzname	50, BAS1
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	SE
ECTS Punkte	6
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	5
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- aktuelle Forschungsthemen und Technologien in der Technik zu analysieren,</li> <li>- wissenschaftliche Artikel und Studien kritisch zu bewerten,</li> <li>- einen Forschungsplan für ein technisches Thema zu erstellen,</li> <li>- eigene Thesen und Ansichten zu entwickeln und zu verteidigen,</li> <li>- Schlussfolgerungen aus Forschungsergebnissen abzuleiten,</li> <li>- Konzepte für Bachelorarbeit zu entwickeln,</li> <li>- Präsentationen und Diskussionen zu technischen Themen durchzuführen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über aktuelle Forschungsfelder in der Technik</li> <li>• Methoden der wissenschaftlichen Arbeit und Literaturrecherche</li> <li>• Strukturierung und Verfassen von wissenschaftlichen Arbeiten</li> <li>• Ethik in der technischen Forschung</li> <li>• Präsentations- und Diskussionstechniken</li> <li>• Fallstudien aus der aktuellen technischen Forschung</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Kritische Analyse und Peer-Reviews von Forschungsarbeiten, Einzelarbeiten mit Betreuung und Feedback durch Dozierende, Gruppendiskussionen und -reflexion
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langer, I., Schulz von Thun, Fr., Tausch, R. (2019): Sich verständlich ausdrücken. 11. Aufl., E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Baum, K., Deeg, C. (2018): Sich verständlich ausdrücken – Trainingsprogramm. Leserorientiert schreiben lernen. E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Oertner, M., St. John, I., Thelen, G. (2014): Wissenschaftlich Schreiben: Ein Praxisbuch für Schreibtrainer und Studierende. 1. Aufl., E-Book, Paderborn: Wilhelm Fink</li> <li>• Kornmeier, M. (2021): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: für Bachelor, Master und Dissertation. 9. Aufl., E-Book, Bern: Haupt Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Onlineunterricht
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% immanente Leistungsbeurteilung (schriftliche Bachelorarbeit inklusive Feedbacks)</li> <li>• Beurteilungskriterien: Vollständigkeit, Detailgrad und Komplexitätsniveau der Beantwortung von Fragestellungen bzw. Bearbeitung von Aufgabenstellungen, Korrektheit der Lösungswege und Ergebnisse, Einhaltung formaler Kriterien</li> </ul>

<b>Modulbeschreibung</b>	
<b>Modultitel</b>	<b>Bachelorseminar 2</b>

Nummer & Kurzname	M26
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	SE
ECTS Punkte	6
(Ausbildungs-)Semester	6
Vorkenntnisse	Applied Science
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-
Lernergebnisse	<p>Dieses Modul begleitet die Studierenden dabei, komplexe Fragestellungen im Bereich des technischen Vertriebs eigenständig zu bearbeiten und innovative Lösungsansätze zu entwickeln.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- aktuelle Forschungsthemen und Technologien mit Bezug zum technischen Vertrieb zu analysieren,</li> <li>- wissenschaftliche Artikel und Studien im Kontext des technischen Vertriebs kritisch zu bewerten,</li> <li>- einen Forschungsplan für ein Thema im Bereich des technischen Vertriebs zu erstellen,</li> <li>- eigene Thesen und Ansichten zum Thema technischer Vertrieb zu entwickeln und zu verteidigen,</li> <li>- Schlussfolgerungen aus Forschungsergebnissen im Bereich des technischen Vertriebs abzuleiten,</li> <li>- Konzepte für die Bachelorarbeit mit Fokus auf technischen Vertrieb zu entwickeln,</li> <li>- Präsentationen und Diskussionen zu Themen aus dem Bereich des technischen Vertriebs durchzuführen.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsbeschreibung</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Bachelorseminar Teil 2</b>
Nummer & Kurzname	51, BAS2
LV- Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	SE
ECTS Punkte	6
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	6
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- aktuelle Forschungsthemen und Technologien mit Bezug zum technischen Vertrieb zu analysieren,</li> <li>- wissenschaftliche Artikel und Studien kritisch zu bewerten,</li> <li>- einen Forschungsplan für ein Thema im technischen Vertrieb zu erstellen,</li> <li>- eigene Thesen und Ansichten zu entwickeln und zu verteidigen,</li> <li>- Schlussfolgerungen aus Forschungsergebnissen abzuleiten,</li> <li>- Konzepte für Bachelorarbeit zu entwickeln,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Präsentationen und Diskussionen zu Themen aus dem technischen Vertrieb durchzuführen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über aktuelle Forschungsfelder im technischen Vertrieb</li> <li>• Methoden der wissenschaftlichen Arbeit und Literaturrecherche</li> <li>• Strukturierung und Verfassen von wissenschaftlichen Arbeiten</li> <li>• Ethik in der Forschung</li> <li>• Präsentations- und Diskussionstechniken</li> <li>• Fallstudien aus der aktuellen Forschung im Bereich des technischen Vertriebs</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Kritische Analyse und Peer-Reviews von Forschungsarbeiten, Einzelarbeiten mit Betreuung und Feedback durch Dozierende, Gruppendiskussionen und -reflexion
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langer, I., Schulz von Thun, Fr., Tausch, R. (2019): Sich verständlich ausdrücken. 11. Aufl., E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Baum, K., Deeg, C. (2018): Sich verständlich ausdrücken – Trainingsprogramm. Leserorientiert schreiben lernen. E-Book, München: Ernst Reinhardt Verlag</li> <li>• Oertner, M., St. John, I., Thelen, G. (2014): Wissenschaftlich Schreiben: Ein Praxisbuch für Schreibtrainer und Studierende. 1. Aufl., E-Book, Paderborn: Wilhelm Fink</li> <li>• Kornmeier, M. (2021): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: für Bachelor, Master und Dissertation. 9. Aufl., E-Book, Bern: Haupt Verlag</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Onlineunterricht
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 90% immanente Leistungsbeurteilung (schriftliche Bachelorarbeit inklusive Feedbacks)</li> <li>• 10% Präsentation der Bachelorarbeit</li> <li>• Beurteilungskriterien: Vollständigkeit, Detailgrad und Komplexitätsniveau der Beantwortung von Fragestellungen bzw. Bearbeitung von Aufgabenstellungen, Korrektheit der Lösungswege und Ergebnisse, Einhaltung formaler Kriterien</li> </ul>

Modulbeschreibung	
Modultitel	Praktikum
Nummer & Kurzname	M27
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungstypen	UE
ECTS Punkte	18
(Ausbildungs-)Semester	6
Vorkenntnisse	Keine
Geblockt	Nein
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbeitsprozesse zu analysieren, diese zu gestalten und kritisch zu reflektieren,</li> <li>- über das eigene Praktikum zu reflektieren und dieses zu bewerten,</li> <li>- das Praktikum im Hinblick auf das Verhältnis von erlernter Theorie und erlebter Praxis einer kritischen Bewertung zu unterziehen.</li> </ul>

Lehrveranstaltungsbeschreibung	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>Praktikums-Workshop</b>
Nummer & Kurzname	52, PRWS
LV-Art/Anwesenheitsform	Pflichtlehrveranstaltung
LV-Typ	UE
ECTS Punkte	2
SWS	1,0
(Ausbildungs-)Semester	6
LV-Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die im Verlauf des Studiums und des Berufspraktikums vermittelten Methoden-, Fach- und Sozialkompetenzen und deren Zusammenhänge in die Praxis zu übertragen,</li> <li>- verschiedene theoretische Zugänge und Konzepte anzuwenden und mit der eigenen Praxis zu verbinden,</li> <li>- nach einer Vorstellung der konkreten Aufgabenstellungen eines Kooperationspartners ihre Erfahrungen aus ihrer jeweiligen Praxis zu übertragen und anzuwenden,</li> <li>- durch Gruppenreflexionen perspektivische Differenzen und dadurch Motivationsunterschiede basierend auf verschiedenen organisatorischen Rollen zu erkennen.</li> </ul>
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neukundengewinnung: Entwicklung von Neukunden zu nachhaltig kaufenden Kunden</li> <li>• Angewandtes Social Media Marketing: Aufbau einer Community und Kommunikationsschwerpunkte</li> <li>• Unternehmenspräsentation eines Kooperationspartners</li> <li>• Vorbereitung auf die Bachelor-Prüfung</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	Vortrag, Gruppenarbeiten, Präsentationen, Reflexionen, Case Studies und Praxisbeispiele
Empfohlene oder verpflichtende Fachliteratur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Winkelmann, P., Spandl, T. (2023): Marketing und Vertrieb: Fundamente für marktorientierte Unternehmensführung. 9. Aufl., Berlin: De Gruyter</li> </ul>
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Art der Vermittlung	Präsenzunterricht, Fernlehre, Exkursion
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% Zwischenprüfung (Moodle Test)</li> <li>• 70% Endprüfung (Überprüfung der Themen des Workshops und Präsentation der Case Studies)</li> <li>• Beurteilungskriterien: Vollständigkeit, Detailgrad und Komplexitätsniveau der Beantwortung von Fragestellungen bzw. Bearbeitung von Aufgabenstellungen, Korrektheit der Lösungswege und Ergebnisse, Einhaltung formaler Kriterien</li> </ul>