

Modulbezeichnung	WING-Bachelor Modul 25 Wahlpflichtfach Entrepreneurship	
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen	
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - verstehen die Grundlagen unternehmerischer Selbstständigkeit. - kennen die theoretischen Grundlagen von Gründungsprozessen. - beschreiben wesentlichen Aspekte für ein erfolgreiches unternehmerisches Engagement. - gestalten den unternehmerischen Prozess, von der Idee zum tragfähigen Geschäftsmodell und leiten die notwendigen Kompetenzen ab. 	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Entrepreneurship - Formen des Entrepreneurships (von Social Entrepreneurship bis Venture Management) - Mindset von Entrepreneurs - Rolle und Aufgabenbereich des Entrepreneurs - Unternehmensgründung als Chance in der Krise?! 	
Lehr- und Lernformen	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeiten, Gastvorträge	
Modulsprache	Deutsch	
Voraussetzungen	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Prüfungsleistung	R	
Kreditpunkte	6	
Arbeits- aufwand	Präsenzzeiten	60
	Selbststudium	120
Schwerpunkte im Selbststudium	<ul style="list-style-type: none"> - Literaturstudium - Nachbereitung der Fallbeispiele - Eigenständige Bearbeitung von bereitgestellten Übungsaufgaben 	
Angebot des Moduls	Wintersemester	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Brüseke	
Lehrende/r	Prof. Dr. Brüseke	

Modulbezeichnung		WING-Bachelor Modul 25 Wahlpflichtfach Investitionsgütermarketing
Verwendbarkeit		Bachelorstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen
Lernziele / Kompetenzen		<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über Kenntnis der Zielsetzungen, Anwendungsfelder und Instrumenten des Investitionsgütermarketings. - können die Besonderheiten im Produkt-, Anlagen-, System- und Zuliefergeschäft beurteilen. - können die vermittelten Inhalte anhand ausgewählter Fallbeispiele anwenden. - können eigenständig geeignete Marktforschungs-Konzepte entwickeln.
Lehrinhalte		<ul style="list-style-type: none"> - Investitionsgüter und Investitionsgütermärkte - Grundlagen des Investitionsgütermarketings (Definitionen, Zielsetzungen und Strategien) - Grundkonzept Buying Center und Selling Center - Entscheidertypologien im Buying-Center - Ein- und mehrdimensionale Kauftypologien - Geschäftstypologien - Geschäftstypenspezifisches Marketing (Produkt-, Anlagen-, System- und Zuliefergeschäft) - Besonderheiten der Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik im geschäftstypenspezifischen Marketing - Persönlicher Verkauf im B2B-Geschäft - Ausgewählte Kommunikationsinstrumente im B-to-B Marketing (wie z.B. Dialogmarketing, Virales Marketing, Online-Marketing, Messen & Events) - Besonderheiten der Investitionsgütermarktforschung
Lehr- und Lernformen		Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Modulsprache		Deutsch
Voraussetzungen		Formal: keine Inhaltlich: Marketing und Vertrieb
Prüfungsleistung		K 1 + PR (Portfolioprfung: 70 % Klausur, 30 % Präsentation)
Kreditpunkte		6
Arbeits- aufwand	Präsenzzeiten	60
	Selbststudium	120
Schwerpunkte im Selbststudium		<ul style="list-style-type: none"> - Eigenständige Bearbeitung von bereitgestellten Übungsaufgaben - Nachbereitung der Fallbeispiele - Vorbereitung einer Präsentation - Literaturstudium
Angebot des Moduls		Wintersemester
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Eberhard-Yom
Lehrende/r		Prof. Dr. Eberhard-Yom

Modulbezeichnung	WING-Bachelor Modul 25 Wahlpflichtfach Qualitätsmanagement	
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen	
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Methoden und Werkzeuge des Qualitätsmanagements und können diese praktisch anwenden. - haben Verbesserungsarbeit an praktischen Übungen trainiert. - kennen die Lean-Methoden und können diese anwenden. - können Qualitätsmanagementsysteme beschreiben und bewerten. - kennen die wichtigsten Normen, Regel und Standards sowie deren Wirkung im betrieblichen Umfeld. 	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Methoden und Werkzeuge des Qualitätsmanagement (Grundlagen Total Quality Management) - Anwendung der Lean-Methoden (direkt, indirekt) - Grundlagen Qualitätsmanagementsysteme - praktische Anwendung der QM-Tools und Methoden - Digitalisierung im Qualitätsmanagement - Produkthaftung 	
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeiten, - Praktische Übungen im Innovationslabor für Fabrik- und Prozessmanagement 	
Modulsprache	Deutsch	
Voraussetzungen	Formal: keine Inhaltlich: Grundlagen des Qualitätsmanagements	
Prüfungsleistung	Präsentation	
Kreditpunkte	6	
Arbeits- aufwand	Präsenzzeiten	60
	Selbststudium	120
Schwerpunkte im Selbststudium	<ul style="list-style-type: none"> - eigenständige Bearbeitung von bereitgestellten Übungsaufgaben - Literaturstudium 	
Angebot des Moduls	Wintersemester	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harms	
Lehrende/r	Prof. Dr. Harms	