

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Finanz- und Wirtschaftsmathematik mit dem Abschluss Bachelor of Science**
**Basismodul Wirtschaftswissenschaften**

<b>Modulnummer</b>	B-Ma-W08
<b>Modulname</b>	Grundlagen des Operations Management und des Marketing
<b>Modulverantwortlich</b>	Studiendekan für den Bachelorstudiengang Wirtschaftswissenschaften der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	<p><u>Inhalte:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme, die bei der Gestaltung von Prozessen und Strukturen der betrieblichen Leistungserstellung in den Bereichen der Sachgüter- und Dienstleistungsproduktion auftreten können</li> <li>• Vorstellung und Diskussion mathematischer Modelle und quantitativer Methoden zur Abbildung und Lösung dieser Planungsprobleme</li> <li>• Ziele und Aufgaben des Marketing im 21. Jahrhundert, der Kunde als zentrales Erkenntnisobjekt des Marketing – Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen, Marketingziele und Marketingstrategien, Marke, Marketinginstrumente (Produkt, Preis, Distribution, Integrierter Instrumenteneinsatz), Messung des Marketingerfolgs</li> </ul> <p><u>Qualifikationsziele:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeines Begriffsverständnis über den Gegenstand des Operations Management, grundlegendes Verständnis über elementare Gesetzmäßigkeiten des Operations Management, Kenntnis über Entscheidungsprobleme zur Gestaltung von Prozessen und Strukturen bei der betrieblichen Leistungserstellung</li> <li>• Verständnis für den Marketinggedanken und die im Unternehmen im Zusammenhang stehenden Fragen, Beherrschen des einschlägigen Fachvokabulars</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V: Grundlagen des Operations Management (2 LVS)</li> <li>• Ü: Grundlagen des Operations Management (1 LVS)</li> <li>• V: Grundlagen des Marketing (2 LVS)</li> <li>• Ü: Grundlagen des Marketing (1 LVS)</li> </ul>
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)</b>	keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	---
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
<b>Modulprüfung</b>	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 120-minütige Klausur zu Grundlagen des Operations Management und Grundlagen des Marketing (Prüfungsnummer: 61115)</li> </ul>
<b>Leistungspunkte und Noten</b>	In dem Modul werden 6 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 180 AS.
<b>Dauer des Moduls</b>	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.