



Praxisübersicht

Studiengang BWL-Dienstleistungsmanagement
Handelsmanagement und E-Commerce

Stand 05.05.2023

Inhaltsverzeichnis

Grundsätzliches.....	3
Praxisphasen	5
Praxisphase 1. Semester.....	6
Praxisphase 2. Semester.....	7
Praxisphase 3. Semester.....	8
Praxisphase 4. Semester.....	9
Praxisphase 5. Semester.....	10
Praxisphase 6. Semester.....	11

Grundsätzliches

Zielsetzung:

Ziel des Studiums ist eine wissenschaftliche und berufsorientierte Qualifizierung. Die Studierenden sammeln bei anerkannten Praxispartnern branchen- und unternehmensbezogene Erfahrungen. Sie erweitern und vertiefen das während der Theoriephase erworbene Wissen und erwerben die Fähigkeit, praxisbezogene Aufgabenstellungen wissenschaftlich zu reflektieren, zu analysieren und zu lösen. Durch eine enge Verzahnung der praktischen Tätigkeit mit der vorhergehenden und nachfolgenden Theoriephase wird ein Transfer von der Theorie in die Praxis und aus der Praxis in die Theorie angestrebt. Die vorliegende Praxisübersicht bildet den **Rahmen für den Einsatz der dualen Studierenden in den Praxisphasen**. Abhängig von der gewählten Vertiefung kann der von den Praxispartnern zu erstellende Durchlaufplan Themen des stationären oder des Online-Handels integrieren. Die Studierenden dokumentieren die Stationen ihres Praxisdurchlaufs in einem Tätigkeitsnachweis.

Die Praxispartner stellen sicher, dass die Studierenden im Rahmen des Praxismoduls Zugang zu den entsprechenden Informationen innerhalb der Organisation erhalten und bei der Recherche, Aufbereitung und Analyse der erforderlichen Informationen unterstützt werden. Zu diesem Zweck wird vom Praxispartner ein Mentor bzw. eine Mentorin benannt, welche/r für die Koordination der Praxisphasen verantwortlich ist und die Einschätzung der Prüfungsleistung der Praxismodule aus Sicht des Praxispartners übernimmt.

Prüfungsleistungen:

In jedem Praxismodul wird von den Studierenden eine Prüfungsleistung erbracht. Für die ersten vier Semester geschieht dies in Form von **Projektarbeiten**. Das Thema der ersten Projektarbeit ist durch die Modulbeschreibung (6DM-PR1ES-ES bzw. 6DM-PR1HM-HM) vorgegeben und hat die Vorstellung des dualen Praxispartners im Umfeld zum Inhalt. Themenvorschläge für die Projektarbeit zwei bis vier orientieren sich an den Dachthemen in Abb. 1 und sind gemeinsam mit den Mentoren abzustimmen und innerhalb der ersten vier Wochen der Praxisphase bei der Studienrichtungsleitung einzureichen. Nach Bearbeitung des Themas sind die Projektarbeiten, versehen mit dem Sichtvermerk des Praxismentors, jeweils zwei Wochen nach Beginn des darauffolgenden Theoriesemesters zur Bewertung durch den Mentor der Staatlichen Studienakademie Riesa im Studiengang abzugeben. Die Bewertung obliegt jeweils dem betreuenden Dozierenden der Staatlichen Studienakademie Riesa. Die Einschätzung des Praxismentors sollte zur Notenfindung herangezogen werden.

Abb. 1: Praxismodule 1 bis 4 im Studiengang

Semester	Event- und Sportmanagement	Handelsmanagement und E-Commerce	Prüfungsleistung
1.	Der duale Partner im Umfeld		Projektarbeit (15-20 Seiten und Präsentation)
2.	Entscheidungen der Leistungs-, Preis- und Distributionspolitik	Beschaffung, Lagerwirtschaft und Logistik	Projektarbeit (20 Seiten)
3.	Event- und Sportmarketing	Marketing und Vertrieb	Projektarbeit (20 Seiten)
4.	Managementaufgaben des dualen Partners		Projektarbeit (20 Seiten)
5.	Betriebswirtschaftliche und rechtliche Fragestellungen im Event- und Sportmanagement	Handelscontrolling und Personalmanagement	Mündliche Prüfung (30-60min)
6.	Bachelor Thesis		Thesis (50-80 Seiten) Kolloquium (30-60min)

Im sechsten Semester ist die **Bachelorthesis** anzufertigen und zu verteidigen. Für die Begutachtung und Bewertung der Bachelor Thesis sind der Gutachter der Berufsakademie und der Gutachter des Praxispartners zuständig. Vor dem Ende der letzten Praxisphase verteidigt der Studierende die Thesis vor einer Prüfungskommission, der in der Regel die beiden Gutachter angehören.

Praxisphasen

Praxisphase 1. Semester

Während der ersten Praxisphase wenden die Studierenden das im ersten Semester erworbene Grundlagenwissen zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und zum Dienstleistungsmanagement, zur Buchführung sowie zur Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsinformatik an. Ferner reflektieren die Studierenden die Lehrinhalte zur Einführung Handelsmanagement und E-Commerce und praktizieren die erlernten Methoden und Instrumente aus den Bereichen wissenschaftliches Arbeiten, Projektmanagement und Präsentationstechniken. In der ersten Praxisphase sollte den dualen Studierenden ein Durchlauf durch alle Organisationsbereiche ermöglicht werden, um die Unternehmensbereiche und Ansprechpartner kennenzulernen, sich vertraut zu machen mit dem Sortiment und dem Leistungsangebot sowie der Organisationsform und den Geschäftsprozessen.

Thema der ersten Projektarbeit ist die Vorstellung des dualen Praxispartners im Umfeld. Dazu sollen konstitutive Merkmale wie Rechtsform, Betriebsform/Geschäftsmodell, Leistungsportfolio, Organisation, (Unternehmens-)Kultur und strategische Ausrichtung als auch die wettbewerbliche Einordnung sowie das Zusammenwirken der Unternehmensbereiche erarbeitet werden.

Tätigkeitsschwerpunkte	Inhalte Praxismodul	Workload (LVS)	Inhalte EvL (Praxis)	Workload (LVS)
Mitarbeit bei der Leistungserstellung mit Schwerpunkten je nach betrieblichen Gegebenheiten: <ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen der Geschäftsfelder und Prozesse im Handelsunternehmen - Unterstützung der operativen Tätigkeit in allen Bereichen der Organisation - Mitwirkung in Teilprozessen, wie z.B.: Wareneingangskontrolle Warenbereitstellung Warenplatzierung Warenpräsentation Verkauf und Service Inventurvorbereitung Inventurdurchführung 	6DM-PR1HM-HM Unternehmenspräsentation Unternehmensdarstellung hinsichtlich: <ul style="list-style-type: none"> - Rechtsform - Unternehmensziele - Philosophie/Kultur - Ziele und Strategien - Betriebsform - Organisationsstruktur - Leistungsportfolio und Vertriebsstruktur - Geschäftsprozesse - Stellung im Markt - Lieferanten- und Kundenstruktur 	150	6DM-ABWL-DM ABWL Einführung in die BWL und das Dienstleistungsmanagement	60
			6DM-MAWI-DM Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsinformatik	20
			<ul style="list-style-type: none"> - Verbreiterung des Wissens zu betrieblichen Leistungsprozessen und Rechtsformen - Abbildung betriebswirtschaftlicher Prozesse mittels Kennziffern Erfassen der Dienstleistungsmerkmale des Anbieters und - Konsequenzen für Prozessgestaltung 	
			<ul style="list-style-type: none"> - Einblick in das Informationsmanagement und die Kommunikations- und IT-Systeme des Unternehmens 	
			6DM-EHM-HM Einführung Handelsmanagement und E-Commerce	80
	<ul style="list-style-type: none"> - Marktstrukturen der Branche/ Relevanz Online-Handel in Branche - Charakteristik der Betriebsform - Zielgruppen - Standortmerkmale - Wertschöpfungsketten im Distributionsmanagement 			

Praxisphase 2. Semester

In der zweiten Praxisphase reflektieren die Studierenden die Inhalte zur Kosten-Leistungsrechnung, der rechtlichen Grundlagen des BGB und des Schuldrechts, des Dienstleistungsmarketing und der Marktforschung sowie der Statistik. Zudem vertiefen die Studierenden ihr Wissen zum Supply Chain Management. Die Studierenden erhalten das Handwerkszeug, um die warenwirtschaftlichen Prozesse und Entscheidungsfelder der Beschaffung sowie der Lager- und Distributionslogistik an kundenseitigen Anforderungen und betriebswirtschaftlichen Kriterien auszurichten. Neben der Gestaltung der materiellen Warenströme in Beschaffung, Logistik und Lagerhaltung machen sie sich mit der informationsseitigen Prozessunterstützung durch Warenwirtschaftssysteme vertraut.

Tätigkeitsschwerpunkte	Inhalte Praxismodul	Workload (LVS)	Inhalte EvL (Praxis)	Workload (LVS)
<p>Mitarbeit bei der Leistungserstellung je nach betrieblichen Gegebenheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mitwirkung an Aufgaben der Beschaffung und des Einkaufs, z.B. Beschaffungsmarktforschung Beschaffungsplanung Einkaufsvorbereitung Disposition Steuerung und Überwachung des Wareneinganges - Übernahme von Tätigkeiten in der Lagerlogistik, z.B. Kommissionierung Bestandsüberwachung Warenbereitstellung Warenkunde/ Qualitätssicherung - Kennenlernen der Funktionsweise sowie der Aussage- und Nutzungsmöglichkeiten des Warenwirtschafts/ERP-Systems - Mitwirkung bei der Tourenplanung - Betriebsstatistik 	<p>6DM-PR2HM-HM Beschaffung, Lagerwirtschaft und Logistik</p>	<p>180</p>	<p>6DM-MASTQ-DM Statistik und Quantitative Methoden</p>	<p>20</p>
	<p>Exemplarische Sachverhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation - Disposition - Beschaffung - Lagerhaltung - Transport 		<ul style="list-style-type: none"> - Anwendung statistischer Methoden und Verfahren, um betriebliche Prozesse abzubilden 	
			<p>6DM-SCMH-HM Supply Chain Management</p>	<p>90</p>
			<ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen der Handlungsfelder im Supply Chain Management - Aufgaben der operativen Beschaffung/Vertiefung der Kenntnisse zur Beschaffungsplanung, Bedarfsplanung, Beschaffungsmarktforschung und Beschaffungsorganisation - Instrumentarium des Kooperationsmanagements zum Lieferanten - Überblick über Lagerungskonzepte/Vertiefung der Kenntnisse zur Lagerhaltung und Disposition - Anwendung der Grundbegriffe der Logistik - IT-gestützte Informationsflüsse/Nutzung des Warenwirtschaftssystems 	

Praxisphase 3. Semester

In der dritten Praxisphase reflektieren die Studierenden die theoretischen Inhalte zur Investition und Finanzierung, Handels- und Gesellschaftsrecht und den Grundlagen der Mikroökonomie sowie zu den quantitativen Methoden der Marktforschung und wenden Kenntnisse aus dem Handels- oder Online-marketing praktisch an. So können sie an der Sortimentsgestaltung, der Preisbildung, der Konzipierung von Serviceleistungen sowie der Verkaufsraumgestaltung und Warenpräsentation als auch im Verkauf mitwirken. Studierende der Vertiefung E-Commerce fokussieren insbesondere die Ausgestaltung der Online-Marketinginstrumente und arbeiten an der Ausgestaltung von Multi-Channel-Konzepten mit. Ferner sind die Studierenden in der Lage, multivariate Analyseverfahren praktisch anzuwenden und bspw. bei der Erfolgskontrolle von Marketingmaßnahmen einzusetzen.

Tätigkeitsschwerpunkte	Inhalte Praxismodul	Workload (LVS)	Inhalte EvL (Praxis)	Workload (LVS)	
Einsatz im Marketing und/oder Vertrieb - Strategisches und operatives Marketing - Mitwirkung bei der Sortimentsplanung und Sortimentsanalyse - Warenpräsentation/Platzierung - Mitarbeit im Verkauf - Kundenbetreuung/ Kundendienst - Werbung/ Verkaufsförderung - Erarbeitung von Werbekonzepten unter Nutzung digitaler Medien - Warenkunde/Erweiterung der Branchenkenntnisse - Analyse und Auswertung von Marktforschungsdaten - Erfolgskontrolle von Marketing-Maßnahmen	6DM-PR3HM-HM Marketing und Vertrieb	180	6DM-MASTQ-DM Statistik und Quantitative Methoden - Anwendung von Verfahren der quantitativen Marktforschung bspw. zur Erhebung von Kundenzufriedenheit, zur Erstellung von Imageanalysen o.ä.	30	
	Exemplarische Sachverhalte - Sortiments und Handelsmarkenpolitik - Servicepolitik - Preismanagement - Distributionspolitik - Kommunikationspolitik - Online-Marketing - Multi-Channel-Retailing		6DM-HMKT-HM Handelsmarketing	- Gestaltung der Marketinginstrumente im Unternehmen - Anwendung der Kenntnisse zur Warenpräsentation und Warenplatzierung - Anwendung ausgewählter Instrumente der Kommunikationspolitik - Erweiterung der Kenntnisse zum Personal Selling	80
			6DM-MOH-HM Marketing im Online-Handel/ Multi-Channel-Konzepte	- Vertiefung des Wissens zu Markt- und Zielgruppenanalysen im Online-Handel - Marketingentscheidungen digitaler Anbieter - Gestaltung der Customer Journey - Beurteilung der Wirtschaftlichkeit von Online-Marketingmaßnahmen - Ausgestaltungsspektrum von Multi-Channel-Konzepten/ Verknüpfungsmöglichkeiten von Offline und Online-Angeboten	80
				oder	

Praxisphase 4. Semester

Die vierte Theoriephase legt den betriebswirtschaftlichen Schwerpunkt auf Unternehmensführung/Controlling und Jahresabschluss und Steuerlehre sowie auf die Makroökonomie aus dem Bereich der Volkswirtschaft. Die Studierenden mit Vertiefung stationärer Handel befassen sich mit Rahmenbedingungen und methodischem Vorgehen bei der Standortbewertung und -auswahl sowie mit Bedeutung und Potenzial des Handels im Rahmen des Stadtmarketings. Studierende mit Studienschwerpunkt E-Commerce machen sich mit onlinerechtlichen Anforderungen vertraut und beschäftigen sich mit den Grundlagen der Internetprogrammierung und Datensicherheit. In Absprache mit dem Praxispartner können die Studierenden sich jeweils einen inhaltlichen Schwerpunkt entsprechend ihren Neigungen und Fähigkeiten wählen und insb. im vierten Praxismodul eine spezielle Managementaufgabe lösen.

Tätigkeitsschwerpunkte	Inhalte Praxismodul	Workload (LVS)	Inhalte EvL (Praxis)	Workload (LVS)
<ul style="list-style-type: none"> - Wahrnehmung qualifizierter Aufgaben in ausgewählten Funktionsbereichen in eigener Verantwortung - Wahrnehmung von Assistenz Tätigkeiten - Einbindung in Projekte mit eigenverantwortlichen Aufgabenbereichen 	6DM-PR4HM-HM Managementaufgaben des dualen Partners <ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensführung - Herausforderungen von Führungsaufgaben - Unternehmensplanung und Vorbereitung strategischer Entscheidungen - Vorbereitung operativer Entscheidungen - Erarbeitung und Vertiefung von Wissen bei der Leitung und Planung von Teilprozessen im Handelsmanagement und E-Commerce 	180	6DM-STM-HM Standortmanagement und Stadtmarketing	70
			<ul style="list-style-type: none"> - Standortanalyse und Standortplanung - Anwendung von Bewertungsverfahren - rechtliche Rahmenbedingungen der Standortwahl - Auf- und Entwertung von Standorten - Inhalte und Vorgehen im Stadtmarketing - Wechselwirkungen Kommune - Handelsunternehmen 	
			6DM-ORPDS-HM Online-Recht/ Internetprogrammierung/Datensicherheit	70
			<ul style="list-style-type: none"> - Vertragsgestaltung im digitalen Vertrieb - Vertiefung Urheberrecht, Telemedienrecht, Recht der AGB - Datenschutzrecht sowie technische und organisatorische Aspekte von Datensicherheit - HTML-Programmierung 	

Praxisphase 5. Semester

Die fünfte Theoriephase legt den betriebswirtschaftlichen Schwerpunkt auf Human Resources und Arbeitsrecht. Zudem vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse in Wirtschaftsenglisch. Die studienrichtungsspezifischen Inhalte der Vertiefung stationärer Handel beziehen sich auf strategisches und operatives Handelscontrolling. Studierende der Vertiefung E-Commerce nutzen ihr theoretisches Wissen, um Online-Shop-Konzepte zu entwickeln, zu analysieren und zu optimieren.

Tätigkeitsschwerpunkte	Inhalte Praxismodul	Workload (LVS)	Inhalte EvL (Praxis)	Workload (LVS)
Handelscontrolling - Mitwirkung bei der Planung und dem Controlling von Maßnahmen in einzelnen Funktionsbereichen, z.B. im Einkauf, in der Lager- oder Filiallogistik, im Vertrieb - Entwicklung von Controllingkonzepten zur Erfolgskontrolle von Marketingaktivitäten Personalmanagement - Einsatz im Personalmanagement und der Personalführung - Personalbeschaffung/-auswahl und vertragliche Bindung - Personaleinsatzplanung - Personalmarketing - Lohn- und Gehaltsberechnung / Buchhaltung	6DM-PR5HM-HM Handelscontrolling/ Personalmanagement	210	6DM-ABHRA-DM Human Resource Management und Arbeitsrecht	50
	Handelscontrolling: - Organisatorische Einbindung von strategischem und operativem Controlling - Planung und Steuerung von Geschäftsbereichen - beispielhafte Umsetzung strategischer und/oder operativer Instrumente des Controlling unter besonderer Berücksichtigung von Jahresabschluss- und Finanzanalyse - Bereichscontrolling im Handelsunternehmen Personalmanagement: - Organisation (Einordnung des Personalbereiches in das Gesamtunternehmen - Zusammenwirken der einzelnen Bereiche) - Personalwirtschaft (Personalbedarfsplanung, Personalbeschaffung, Personalauswahl, Einsatzplanung, Personalbetreuung,-führung und -entwicklung) - Arbeitsrecht und Arbeitsschutz - Mitarbeiterführung		- Vertiefung des Wissens zur Personalplanung und -beschaffung - Überblick über wesentliche Prozesse des Personalcontrollings - Vertiefung und Anwendung der Kenntnisse auf dem Gebiet der Personalführung und -entwicklung - Vertiefung des Wissens über die Begründung und Beendigung des Arbeitsverhältnisses	
			6DM-HCO-HM Handelscontrolling	60
			- Operatives Bereichscontrolling - Sortimentscontrolling - Deckungsbeitragsrechnung zur Sortimentsoptimierung - Einkaufscontrolling - Controlling in Lager und Logistik - Nutzung von Kostenrechnungssystemen oder 6DM-OSS-HM Online-Shops/Shopsysteme	60
			- Anwendung der Kenntnisse zur Planung und Implementierung von Online-Shops Betreibermodelle Content Management Web-Design Navigation und Menüführung Shopsoftware - Evaluierung von Shopkonzepten und Web-Controlling	

Praxisphase 6. Semester

Die Studierenden reflektieren in der letzten Praxisphase des Studiums insb. die Themenbereiche Steuerungsinstrumente im Handelsmanagement und E-Commerce und dabei Prozess- und Qualitätsmanagement sowie Customer Relationship Management. Sie wenden Instrumente und Methoden an, um betriebliche Abläufe effizient, kundenorientiert und nachhaltig zu gestalten.

Während der Praxisphase des sechsten Semesters verfassen die Studierenden ihre Bachelor Thesis. Damit stellen sie unter Beweis, dass sie in einer vorgegebenen Zeit, eine praxisbezogene Problemstellung selbständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden bearbeiten können. Der Studierende kann mit dem Praxispartner abgestimmte Vorschläge für das Thema unterbreiten. Der Staatlichen Studienakademie Riesa obliegt die Themengenehmigung und die Bestellung der Gutachter. Umfang und Bearbeitungszeit sind in der Prüfungsordnung geregelt. Die Bearbeitungszeit beträgt zwölf Wochen. Die Studierenden sind zur Anfertigung der Thesis von ihren sonstigen Aufgaben und Pflichten, insb. gegenüber dem Praxispartner, freizustellen.

Tätigkeitsschwerpunkte	Inhalte Modul Bachelorarbeit	Workload (LVS)
<ul style="list-style-type: none"> - Wahrnehmung qualifizierter Aufgaben in ausgewählten Funktionsbereichen in eigener Verantwortung - Unterstützung und Wahrnehmung von Führung- und Leitungsaufgaben - Einbindung in Projekte mit verantwortlicher Leitung - Selbständige Erarbeitung der Bachelorthesis 	<p>6DM-BACH-DM Bachelor Thesis und Verteidigung</p> <p>Führungsaufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensplanung - Strategische und operative Unternehmensführung - Entscheidungsfindung - Implementierung und Kontrolle von Entscheidungsprozessen - Mitarbeiterführung <p>Bachelorkolloquium</p> <p>Vorstellung des Konzeptes der Bachelorarbeit inkl. Problemstellung, Struktur der Arbeit, erwarteten Ergebnissen und Literatur</p> <p>Bachelor Thesis</p> <p>Anwendung wissenschaftlicher Arbeitsmethoden im Rahmen der Erstellung der Bachelor Thesis</p> <p>Verteidigung</p> <p>Vorstellung der zentralen Ergebnisse und Diskussion</p>	<p>360</p>