

| | |
|--|---|
| Modulnummer | 261 |
| Modulname | Supply Chain Management im Agribusiness |
| Studiengang und -abschnitt | MSc Agrarwissenschaften, Kernfachmodul |
| Häufigkeit des Angebots | Jährlich im WS |
| Modulverantwortlicher | Prof. Dr. Orth |
| Studienberatung zum Modul | Prof. Dr. Orth |
| Lehrveranstaltungen und Dozenten | Vorlesung: Customer Relationship Management als Kernfunktion des SCM in Unternehmen des Agribusiness, Prof. Dr. Orth Seminar: Analyse und Diskussion am Beispiel eines Unternehmens eigener Wahl, Prof. Dr. Orth |
| Vorkenntnisse | Keine |
| Sprache | Deutsch |
| Plätze | Unbegrenzt |
| Lehrformen (Präsenzstunden/ Workload) | Vorlesungen (45 h /135 h), Seminar (15 h /45 h) |
| Ablauf | Wöchentlich in der Vorlesungszeit |
| Art und Gewichtung der Prüfungsleistungen | Mündliche Prüfung 100 % Prof. Dr. Orth |
| Ausweis | Zur Prüfung erforderlich |
| European Credit Points des Moduls | 6 |
| Ziele des Moduls | Die Studierenden durchschauen die planungsrelevante Umwelt und können aus den erkennbaren bzw. messbaren Einzelgrößen die grundsätzliche Kundenorientierung eines Unternehmens und deren Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit ableiten. Sie sind in der Lage, die komplexen Zusammenhänge innerhalb des Customer Relationship Management zu analysieren und Problemlösungen zu erarbeiten. |
| Inhalte des Moduls | Die Vorlesung hat den Schwerpunkt auf dem Management von Kundenbeziehungen und beschäftigt sich mit der Planung, Steuerung und Koordination kundenbezogener Angebots- (Produkts, Dienstleistungen) und Informationsflüsse entlang der Wertschöpfungsketten von Unternehmen und Betrieben des Agribusiness und der Ernährungswirtschaft. Unter diesem Blickwinkel werden Aspekte der strategischen, taktischen und operativen Unternehmensführung, sowie damit einhergehende Problemfelder wie Kundenzufriedenheit, Loyalität und Kundenprofitabilität im B2B und B2C-Kontext behandelt. Das Seminar beinhaltet die intensiv begleitete Feststellung, Analyse und Diskussion des Kundenbeziehungsmanagements in einem frei wählbaren Unternehmen (Gruppenarbeit). |
| Vermittelte Kompetenzen | Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz |
| Studienhilfsmittel | Begleitende Literatur wird am Beginn der Vorlesung genannt. |