

Modul: Nachfragemanagement

Semester: 3

Code der Veranstaltung: NM

ECTS Punkte: 4

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 80

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,33%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Jensen

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Jensen, Prof. Dr. Ewering

Zugangsvoraussetzung:

Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre, ausgewählte Kenntnisse der Mathematik und Statistik

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für die Module Operations Management, Value Chain Management

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Ausgehend von den Eigenschaften unterschiedlicher Fertigungsstrategien sind die Studierenden in der Lage, die Auswirkungen dieser Strategien auf Charakteristika und Organisation der Nachfrageplanung einzuschätzen. Sie können den Sales&Operations Planungsablauf in den Kontext der integrierten Unternehmensplanung einordnen. Sie beherrschen die Charakteristika unterschiedlicher Nachfrageszenarien und können geeignete quantitative und qualitative Prognoseverfahren einsetzen, um Absatzvolumina adäquat einschätzen zu können. Sie kennen die grundlegenden Funktionalitäten kommerzieller Tools zur Erstellung von Prognosen und die Konzepte vom Advanced Demand Planning und S&P Tools.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Unterschiedliche Lehr-/Lernumgebungen: Präsenzveranstaltungen, synchrones E-Learning, Eigenstudium; Wechselnde Lehr-/Lernmethoden: Individuelles und kooperatives Lernen, problemorientiertes und integratives Lernen, Fallstudienarbeit

Besonderes:

Vorstellung kommerzieller Softwaretools

Inhalt des Moduls:

1. Kundenorientierung und Fertigungsstrategien
 - 1.1 Make-to-stock
 - 1.2 Make-to-order
 - 1.3 Assemble-/Engineer-to-order
 - 1.4
2. Sales & Operations Planning
 - 2.1 Herausforderungen
 - 2.2 Ablauf des integrierten S&O Planungsprozesses
 - 2.3 Auftragsmanagement
 - 2.4 Konzepte ausgewählter S&O Tools
3. Ansätze zur Nachfrageplanung
 - 3.1 Distributions Requirement Planning
 - 3.2 Kollaborative Konzepte
 - 3.3 APS Demand Planning Tools

zu Modul: Nachfragemanagement

4. Verfahren zur Bedarfsprognose
 - 4.1 Quantitative Verfahren
 - 4.2 Qualitative Ansätze
 - 4.3 Tools zu statistischen Prognoseverfahren

5. Management spezieller Nachfrageszenarien
 - 5.1 Produktanläufe
 - 5.2 Produktausläufe und Ablöseprodukte
 - 5.3 Ersatzteilbedarfe

Literatur:

- Angerer, Gisela: „Demand Chain Management im Handel“, 2009
- Arnold, Dieter et al. (Hrsg): „Handbuch Logistik“, 3. Auflage, Berlin u.a., 2008
- Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Plinke, Wulff; Weiber, Rolf: „Multivariate Analysemethoden“, 13. Auflage, Berlin-Heidelberg, 2013
- Canduela, Jesus: „Forecasting in Fast Moving Consumer Goods Organisations“, 2009
- Crone, Sven: „Neuronale Netze zur Prognose und Disposition im Handel“, Wiesbaden, 2011
- Gudehus, Timm; Kotzab, Herbert: „ComprehensiveLogistics“, Berlin-Heidelberg, 2009
- Krajewski, Lee; Ritzman, Larry; Malhotra, Manoj: „Operations Management“, 8. Aufl., Upper Saddle River (New Jersey), 2007
- Lietke, Britta: „Efficient Consumer Response“, Wiesbaden, 2009
- Porter, Alan L.; Cunningham, Scott W.; Roper, Alan Thomas: „Forecasting and Management of Technology“, 2nd ed., 2011
- Reinsel, Gregory C.; Jenkins, Gwilym, M.: „Time Series Analysis: Forecasting and Control“, 4th ed., 2008
- Rogers, Stephen C.; Rudzki, Robert A.; Smock, Douglas A.: „On-Demand Supply Management: World Class Strategies, Practices, and Technology, 2007