**Modulbeschreibung**

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | **1.1 Modulbezeichnung (dt. / engl.)**<br>Distribution management (Deliver) | **1.2 Kurzbezeichnung (optional)** | **1.3 Modul-Code** (aus HIS-POS) |
| 2 | **2.1 Modulturnus:**<br>**Angebot in ☒ jedem SoSe, ☐ jedem WiSe,**<br>**anderer Turnus, nämlich:** | **2.2 Moduldauer:**<br>**☒ 1 Semester ☐ 2 Semester** | |
| 3 | **3.1 Angebot für folgenden Studiengang/folgende Studiengänge** | **3.2 Pflicht, Wahlpflicht, Wahl** | **3.3 Empfohlenes Fachsemester** |
| | Digital Supply Chain Management (DigiSCM) | Pf | 2. Semester |

**4 Workload**

| | | | | Workload insgesamt | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **Lehrformen/ Form** | **SWS je Lehrform** | **Std. pro Semester je Lehrform/ angegebener Form**<br>1 SWS darf als 15 Zeitstunde angesetzt werden, d. h. 1 SWS = 1 UStd. x 15 Semesterwochen | **Arbeitsaufwand in Std. (Workload)**<br>Summe Kontaktzeit + Summe Selbststudium in Std. | **Leistungspunkte (Credits)**<br>i. d. R. 30 Std. = 1 LP; nur ganze Zahlen zulässig! |
| **Kontaktzeit**<br>(z. B. Vorlesung, Übung, Praktikum, seminaristischer Unterricht, Projekt-/ Gruppenarbeit, Fallstudie, Planspiel, kreditiertes Tutorium) (weitere Zeilen möglich) | Seminaristischer Unterricht | 1 (Präsenz) | 14 | **125** | **5** |
| | | 1,5 (online) | 20 | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | **Summen** | Summe Kontaktzeit in SWS<br>2,5 | Summe Kontaktzeit in Std.<br>34 | | |
| **Selbststudium**<br>(z. B. Tutorium, Vor-/ Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung, Ausarbeitung von Hausarbeiten, Recherche) | Vorbereitung, Selbststudium, Präsentationsvorbereitung, Nachbereitung | | 91 | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | **Summen** | | Summe Selbststudium in Std.<br>91 | | |

**5 5.1 Lernziele** (Was sollen Studierende nach Abschluss des Moduls können? Bietet das Modul neben fachlichen Lernzielen Gelegenheiten, außerfachliche Kompetenzen zu entwickeln? Wofür sind die beschriebenen Ziele relevant (z. B. Voraussetzung für weitere Studienelemente oder für bestimmte berufliche Tätigkeiten)?)

Studierende erwerben **Fachkompetenz**. Sie sind in der Lage

- den Zusammenhang zwischen der Serviceorientierung und den Kosten bei der Bewertung und Ausgestaltung von Distributionssystemen zu beschreiben.
- die relevanten und aktuellen Themen der Distributionslogistik verstehen und einzuordnen.
- Alternativen der Distributionsplanung hinsichtlich serviceorientierter, ökonomischer und ökologischer Zielkriterien zu bearbeiten und spezifische Fragestellungen zu bewerten.

Studierende erwerben **Methodenkompetenzen**. Sie sind in der Lage

- anspruchsvolle Aufgabenstellungen zu strukturieren und zu analysieren.

Studierende erwerben **Selbstkompetenzen**. Sie sind in der Lage

- Lösungswege verständlich zu erläutern bzw. zu präsentieren.
- anspruchsvolle Aufgabenstellungen im Team zu bearbeiten.

**5.2 Lerninhalte**

Content/Structure:

1. Introduction Distribution Logistics
    1. Classification
    2. Customer Service and logistics
    3. Distribution planning
2. Distribution Planning
    1. International Distribution planning
    2. Practical case study – Distribution structure and stock levels
    3. Postponement
    4. Demand prediction
3. eCommerce and Last Mile Logistics
    1. Market
    2. E-Commerce process / elements
    3. Omnichannel
    4. Technological developments

5 **5.3 Modulkurzinformation** (Dieser Absatz [max. 250 Zeichen] wird auf der FH-Webseite veröffentlicht, um Studieninteressierte bei der Wahl ihres Studiengangs zu unterstützen. Fokussieren Sie sich auf wesentliche Inhalte und Ziele, gern verbunden mit Aussagen zur Bedeutung des Moduls für das weitere Studium oder berufliche Tätigkeiten. Bitte formulieren Sie ganze Sätze, sprechen Sie die Adressaten direkt an und vermeiden Sie Fachtermini.)

Aufgrund verschiedener Veränderungen (z.B. gesellschaftlich, technologisch und sozial) erfindet sich die kundenorientierte Distributionslogistik immer wieder neu. Dabei gilt es, die Schnittstelle zwischen Zulieferer oder der eigenen Produktion und dem Kunden hinsichtlich des Material- und Informationsflusses zu gestaltet und Lösungen zu erarbeiten.

6 **6.1 Teilnahmevoraussetzungen** (*Formal:* Prüfung in Modul XY muss bestanden sein o. ä.; *Inhaltlich:* Modul XY sollte absolviert sein, folgende Kenntnisse sollten vorhanden sein, …)

Keine.

**6.2 Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten** (z. B. Bestehen der Prüfung, erfolgreicher Abschluss einer Studienleistung, regelmäßige und aktive Teilnahme)

Bestehen der Prüfung

**6.3 Prüfungsformen und -umfang** (z. B. Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Präsentation, Portfolio, Dauer der Prüfung in Min.)

1. Präsentation (20 Minuten) – 50%
2. Klausur (60 Minuten) – 50 %

**6.4 Voraussetzungen für die Zulassung zur Prüfung**

**6.5 Gewichtung der Note bei Ermittlung der Endnote**

5,5 % (5 Credits von 90 Credits)

7 **7.1 Veranstaltungssprache/n**

☐ **Deutsch** ☒ **Englisch** ☐ **Weitere, nämlich:**

**7.2 Modulverantwortliche/r**

Prof. Dr. rer. pol. Michael Dircksen

**7.3 Hauptamtlich Lehrende (optional)**

**7.4 Maximale Teilnehmerzahl (optional)**

**7.5 Ergänzende Informationen (optional)** (z. B. Literaturempfehlungen, weitere beteiligte Personen etc.)

Literatur (jeweils die neuste Auflage):

Anduschus, Martin (2018): „Digitalisierung und IT im Handel“. In: Vallée, Franz/Schulz, Colin/Pumpe, Andreas (Hg.): Omnichannel im Handel. Was nicht nur die Fashionbranche wissen sollte. München: huss (= Logistik Praxis), S. 153–175

Asdecker, Björn (2014): Retourenmanagement im Versandhandel. Dissertation (= Logistik und Supply Chain Management; 10)

Bretzke, Wolf-Rüdiger (2020): Logistische Netzwerke. 4. Auflage. Berlin: Springer Vieweg

Chopra, Sunil (2019): Supply chain management. Strategy, planning and operation. Seventh edition. New York, NY: Pearson Education

Clausen, Uwe et al. (2016): ZF-Zukunftsstudie 2016 - Die letzte Mile. Friedrichshafen: ZF Friedrichshafen AG; Fraunhofer-Institut für Materialfluß und

Logistik. URL: www.zf-zukunftstudie.de

Köcher, Martin-Matthias (2006): Fulfillment im Electronic Commerce. s.l.: DUV Deutscher Universitäts-Verlag (= Interaktives Marketing)

Koether, Reinhard (2018): Distributionslogistik. Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit. 3., aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler

Rushton, Alan/Croucher, Phil/Baker, Peter (2017): The Handbook of Logistics and Distribution Management. Understanding the Supply Chain. 6th ed. London: Kogan Page

Schulte, Christof (2013): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 6. Aufl. München: Franz Vahlen (= Vahlens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften)

Tripp, Christoph (2019): Distributions- und Handelslogistik. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden

Vallée, Franz/Schulz, Colin/Pumpe, Andreas (2018): „Bausteine einer erfolgreichen Omnichannel-Strategie“. In: Vallée, Franz/Schulz, Colin/Pumpe, Andreas (Hg.): Omnichannel im Handel. Was nicht nur die Fashionbranche wissen sollte. München: huss (= Logistik Praxis), S. 12–48

Wittmann, Georg et al. (2017): Der deutsche Einzelhandel 2017 – erste IHK-ibi-Handelsstudie. Regensburg: IBI research, IHK