

Modulhandbuch



Fernstudium
Master
Business Consulting, MBA

Stand: 13.05.2024



Inhaltsverzeichnis

Unternehmensberatung und Projektmanagement	3
Marketing- und Vertriebsberatung	5
Investitions- und Finanzierungsberatung	8
Geschäftsmodellberatung bei Unternehmensgründungen	10
Fallstudien zur Geschäftsmodellberatung	12
Bilanzen und Unternehmensplanung	14
Sustainability Consulting	16
Digitalisierung und digitale Geschäftsmodelle	19
Geschäftsmodellberatung: Geschäftsmodellanalyse, Geschäftsmodellinnovationen	22
Fallstudien zum Inhouse Consulting	25
Master-Seminar – Aktuelle Consultingthemen	29
Mergers and Acquisitions Consulting	31
Changemanagement	33
Sanierungsberatung	36
Fallstudien zur Sanierungsberatung	38
Fallstudie Business Simulation	40
Master-Thesis	42

Unternehmensberatung und Projektmanagement

Management Consulting and Project Management

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thomas Wilke

Inhalte des Moduls

Methoden, Inhalte und Rahmenbedingungen von Unternehmensberatungsprojekten sowie Planung und Koordination von Beratungsprojekten

1. Übersicht zu wesentlichen Beratungsinhalten
2. Übersicht zu wesentlichen generalisierten Beratungsmethoden
 - a. Primärdatenerhebung: Befragungen und Prozessaufnahmen
 - b. Verfügbare Sekundärdatenquellen
 - c. Datenanalyse inklusive statistische Methoden
3. Erarbeitung eines Projektvorschlags und Projektakquisition
 - a. Definition Fragestellung und Projekthinhalte
 - b. Stakeholder-Management
 - c. Planung, Analysen und Projektschritte
 - d. Planung Projektfinalisierung
4. Unterschiedliche Methoden des Projektmanagements
 - a. Traditionelles Projektmanagement
 - b. Agiles Projektmanagement
 - c. Hybridformen
5. Implementierung von Projektergebnissen

Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb von Kenntnissen und Fähigkeiten der Planung und Koordination betriebswirtschaftlicher Projekte und Vermittlung wesentlicher Methoden in Projekten.

Fachkompetenz/Wissensverbreitung

Es wird die Befähigung erlangt, entsprechend der jeweiligen Projektfragestellung einen aussagekräftigen und umsetzungsbereiten Projektplan zu erarbeiten, der Aspekte des Stakeholdermanagements, der inhaltlichen Vorgehensweise und des Projektmanagements miteinschließt. Zudem werden die Teilnehmer befähigt, existierende Projektpläne auf ihre inhaltliche und prozessuale Qualität zu beurteilen.

Methodenkompetenz/Wissenserschließung

Die Studierenden sind zum kritischen Umgang mit Projektplanungen befähigt und können Grenzen der Projektplanung und -implementierung erkennen. Sie sind in der Lage Projekte zu führen und können Tools der Projekteskalation in kritischen Situationen einsetzen.

Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen

Durch das Bearbeiten von Fallstudien und Diskussionen erkennt der Studierende die Interdependenz von Aspekten

	der inhaltlichen Planung, Zeit- und Ressourcenplanung und Stakeholderinteressen bei der Planung und Durchführung von Projekten.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrones Online-Studium anhand eines Online-Moduls mit kapitelweisen Testfragen Begleitung des Moduls durch 2 synchrone Live-Video-Tutorien (Kontaktunterricht) Selbststudium anhand einer didaktisch aufbereiteten Lernunterlage mit Beispielen/Case Studies
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine speziellen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Prüfung (APL: Projektarbeit)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 3 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien) und 97 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Lippold, D.: Die Unternehmensberatung: Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung, Springer Verlag. • Minto, B.: Das Prinzip der Pyramide; Pearson Studium • Andler, N.: Tools für Projektmanagement, Publicis Kommunikationsverlag • Zimmermann, J. et al.: Projektplanung: Modelle, Methoden, Springer • Eschlbeck, D.: Basiskompetenz Projektmanagement, Move Your Mind • Preußig, J.: Agiles Projektmanagement: Scrum, Use Cases, Task Boards & Co., Haufe Verlag. <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Marketing- und Vertriebsberatung

Marketing and Sales Consulting

Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Walter
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none">• Aufgaben und Relevanz von „Marketing“ und „Vertrieb“ im Unternehmen, Grundlagen und Methoden, Inhalte und Rahmenbedingungen von Beratungsprojekten im Umfeld Marketing und Vertrieb• Rollenverständnis, Berufsbild und Fähigkeitsprofil eines Marketingberaters oder eines Vertriebsberaters• Erlernen von Methoden der Analyse, Planung und Entscheidung bezüglich nicht ausgeschöpfter Marktpotenziale, Marketinganalyse - Verhaltens-, Informations- und Aktionsgrundlagen der Marketingentscheidung• Marktsegmentierung• Entwicklung und Ableitung von Marketingzielen• Strategische Marketingplanung• Produkt- und Programmpolitik• Distributionspolitik• Preispolitik• Optimierung und Neuausrichtung unternehmenseigener Marketing- und Vertriebsressourcen und -prozesse• Erlernen der Grundwerkzeuge für Beratungstätigkeiten in Marketing und Vertrieb• Ist-Situationen und Potenziale im Hinblick auf Innovationen erkennen• Konsequente Ausrichtung an Kundenbedürfnissen umsetzen• Kommunikationspolitik• Erarbeitung eines Marketing- oder eines Vertriebskonzeptes• Projektorganisation und Projektplanung• Erstellung eines Marketing- oder Vertriebsplanes• Grundzüge des Marketingcontrollings, Erfolgskontrolle
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Erwerb von fortgeschrittenen Fähigkeiten bei der Beratung im Themenkomplex „Marketing und Vertrieb“ und Sensibilisierung für die komplexen Zusammenhänge zwischen den unternehmerischen Funktionen. Die Studierenden verstehen dazu die Begriffe und Grundzusammenhänge des Marketings, können diese anwenden und berücksichtigen die wachsende unternehmenspolitische und funktionsübergreifende Bedeutung des Marketings. Sie sind in der Lage, Käuferverhaltensweisen, Marketingforschung und Marktsegmentierung als Verhaltens-, Informations- und Aktionsgrundlagen für Marketingentscheidungen</p>

heranzuziehen. Sie besitzen die Kompetenz, die entsprechenden strategischen Marketingplanungsschritte durchführen zu können, um im Anschluss die marketingmixpolitischen Instrumente der Markenpolitik, Produkt- und Programmpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Distributionspolitik zum Einsatz bringen und eine abschließende Erfolgskontrolle durchzuführen.

Fachkompetenz/Wissensverbreitung

Die Studierenden verfügen über ein breit angelegtes wissenschaftlich fundiertes Grundlagenwissen über das moderne Marketing. Sie besitzen die Fähigkeiten zum analytischen, vernetzten Denken und zum methodischen eigenverantwortlichen Handeln. Sie verstehen Probleme systematisch, analysieren sie vertieft und entwickeln optimale Handlungsalternativen unter Beachtung ökonomischer und ethischer Standards. Sie haben die Fähigkeit zur vertieften Analyse von menschlichen Handlungsmustern. Sie beherrschen das grundlegende Marketing-Instrumentarium und sind in der Lage eigenständige Lösungsansätze zu entwickeln und für deren Umsetzung zu sorgen.

Methodenkompetenz/Wissenserschließung

Die Studierenden sind in der Lage, ökonomisches Wissen mit spezifischem methodischem Wissen über alle Teilgebiete des modernen Marketings in den unternehmerischen Alltag zu übertragen und dort anzuwenden. Dabei sind konzeptionelle Fähigkeiten und ein ganzheitlicher Blick besonders wichtig. Dazu gehören die Fähigkeit zur differenzierten Analyse von komplexen Marktsituationen und den Bedürfnissen aller Stakeholder. Sie sind in der Lage, Marketingziele herauszuarbeiten und zu definieren und mit den Zielen des Unternehmens zu verbinden. Sie sind fähig, diese Ziele in geeignete strategische Ansätze zu überführen und für die operative Umsetzung zu sorgen. Sie sind in der Lage, Erfolgskontrollen durchzuführen und (Teil-) Ergebnisse zu präsentieren. Dies schließt die Fähigkeit zur betriebswirtschaftlichen Diskussion auf Geschäftsleitungsebene ein. Die Studierenden können komplexe Analysen und Entscheidungsprozesse nachvollziehbar und gleichzeitig Lösungswege in präziser Weise darstellen. Sie können zudem Veränderungsprozesse im digitalen Zeitalter mitgestalten.

Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, selbständig wissenschaftlich fundierte Konzepte (Analyse, Ziele, Strategie, Handlungs- und Vorgehenskonzepte, Kontrolle) zu anspruchsvollen Themen aus den Bereichen Marketing,

	Vertrieb, Digitalisierung zu verfassen. Sie können ihre persönliche Arbeit, das gemeinsam erarbeitete Ergebnis sowie die Interessen des Teams nach außen überzeugend vertreten. Sie sind in der Lage, ökonomisch wie auch gesellschaftlich verantwortlich, zielorientiert zu planen, zu organisieren und zu handeln. Sie vertreten professionelle Standards in ihrer Arbeit auf Expertenniveau.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Fallstudien und Projekte
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine speziellen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Prüfung (APL: Projektarbeit)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 87 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Springer Gabler • Homburg, Chr. u. a.: Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System, Springer Gabler • Kotler, P.: Marketing- Management: Konzepte- Instrumente- Unternehmensfallstudien, Pearson Studium • Kotler, P.: Grundlagen des Marketings, Pearson Studium • Kotler, P.: Marketing 4.0: Der Leitfaden für das Marketing der Zukunft, Campus-Verlag • Kreuzner, R.: Online-Marketing, Springer Gabler <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Investitions- und Finanzierungsberatung

Investment and Financial Consulting

Modulverantwortliche(r)	Dr. Rainer Gehrke
Inhalte des Moduls	<p>Methoden zur Analyse und Bewertung von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen</p> <ul style="list-style-type: none">• Zusammenhang von Investitions- und Finanzierungsmaßnahmen• Cashflow-Management und Working Capital• Statische Investitionsrechnungen• Dynamische Investitionsrechnung• Kapitalmarktorientierte Investitionsrechnung• Kurz- und langfristige Finanzplanung• Methoden der langfristigen Fremdfinanzierung• Methoden der kurzfristigen Fremdfinanzierung• Methoden der Eigenfinanzierung• Methoden der Finanzanalyse
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Erwerb von Fähigkeiten zur Analyse und Beurteilung der Vorteilhaftigkeit von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i> Nach Abschluss dieses Moduls besitzen die Studierenden die Fähigkeiten zur Analyse und Beurteilung der Vorteilhaftigkeit von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i> Durch die Vorstellung, Diskussion und den angeleiteten Einsatz in Fallbeispielen wird sichergestellt, dass die Studierenden in ihrem eigenen Berufsumfeld zukünftig in der Lage sind, beratend und entscheidend im Bereich des Finanzmanagements tätig zu sein</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i> Die Umsetzung finanzwirtschaftlicher Entscheidungen, sei es Kapitalzufuhr durch die Aufnahme neuer Gesellschafter, oder auch Etablierung eines Working-Capital Managements wird nie ohne Einbindung der betroffenen Stakeholdergruppen funktionieren. Im Zuge des Moduls lernen die Studierenden auch die Auswirkungen finanzwirtschaftlicher Entscheidungen auf andere Stakeholder kennen und erhalten Hinweise, wie mit den sich daraus möglicherweise ergebenden Konflikten umzugehen ist.</p>

ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Fallstudien und Projekte
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine speziellen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Prüfung (Klausur 120 Min.)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 87 Stunden Praxis und Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Bösch, M.: Finanzwirtschaft, Vahlen • Schuster, Th.; Uskova, M.: Finanzierung und Finanzmanagement, Springer Gabler • Alter, R.: Cashflow-Management, Schäffer-Poeschel • Drukarczyk, J.; Lobe, S.: Finanzierung, UTB • Spremann, K.; Grüner, A.: Finance: Investition – Unternehmensfinanzierung – Kapitalstruktur, De Gruyter Oldenbourg • Becker, H. P.; Peppmeier, A.: Investition und Finanzierung: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Springer Gabler <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Geschäftsmodellberatung bei Unternehmensgründungen

Business Model Consulting for Start-ups

Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jürgen Zeis
Inhalte des Moduls	<p>Beratung von Unternehmensgründungen – von der Geschäftsidee über das Geschäftsmodell zum Businessplan</p> <ol style="list-style-type: none">1. Geschäftsmodellentwicklung mittels des „Business Model Canvas“2. Beurteilung von Geschäftsmodellen3. Der Entrepreneur als kritischer Erfolgsfaktor4. Finanzierung von Gründungsunternehmen5. Erstellung von Businessplänen6. Beurteilung von Businessplänen7. Risikoanalyse im Rahmen der Businessplanung
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Qualifizierte betriebswirtschaftliche Beratung von Gründungsunternehmen</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i> Die Studierenden verfügen über ein breites und kritisches Verständnis auf dem aktuellen Stand des Wissens im Bereich der Gründungslehre. Sie kennen die Methoden, um nachhaltig tragfähige Geschäftsmodelle zu entwickeln, und können Geschäftsmodelle im Hinblick auf ihre Realisierbarkeit methodisch fundiert beurteilen.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i> Die Studierenden sind in der Lage auf der Basis der vermittelten Methoden diese auf praktische Problemstellungen im Gründungskontext von Unternehmen anzuwenden. Dabei ermöglichen ihre analytischen Fähigkeiten einen fundierten Strukturblick auf die komplexen Interdependenzen von Gründungsunternehmen. Im Rahmen der Modellierung von Geschäftsmodellen können die Studierenden praxisgerechte Komplexitätsreduktionen erkennen und würdigen.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i> Die Studierenden sind imstande, situationsadäquat die relevanten Rahmenbedingungen ihres Handelns im Rahmen von Gründungsvorhaben zu erkennen und Entscheidungen verantwortungsethisch zu fundieren. Die Studierenden können interdisziplinär mit anderen Fachvertreterinnen und Fachvertretern kommunizieren und kooperieren, um eine</p>

	Aufgabenstellung verantwortungsvoll und kompetent zu lösen.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Fallstudien
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine speziellen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung (Klausur 120 Minuten)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 87 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • McKinsey und Company, Planen, Gründen, Wachsen, Redline Wirtschaft • Kubicek. H., Brückner S.: IT-basierte Geschäftsideen, Dpunkt.Verlag GmbH • Fueglistaller U., Müller Ch., u.a.: Entrepreneurship, Modelle – Umsetzung – Perspektiven, mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, Springer Gabler • Ries, E: Lean Startup, Redline Verlag • Osterwalder A., Pigneur Y.: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Verlag. <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Fallstudien zur Geschäftsmodellberatung

Business Model Consulting Case Studies

Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jürgen Zeis
Inhalte des Moduls	<p>Entwicklung eines tragfähigen Geschäftsmodells mit Businessplanung</p> <ol style="list-style-type: none">1. Erstellung eines umsetzbaren Businessplans auf der Basis einer „Business Model Canvas“ in Gruppenarbeit2. Präsentation und Verteidigung des erstellten Businessplans3. Beurteilung von präsentierten Businessplänen als fiktiver Investor4. Anwendung des Konzepts der kritischen Erfolgsfaktoren zur Beurteilung von Unternehmensgründungen
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Fähigkeit professionelle Businesspläne zu erstellen und Geschäftsmodelle beurteilen zu können</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i> Die Studierenden können auf der Basis fundierter wissenschaftlicher Kenntnisse originäre und praktisch umsetzbare Geschäftsmodelle entwickeln und diese über zu fertigende investorentaugliche Businesspläne bis zur fiktiven Investorenentscheidung konkretisieren.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i> Die Kenntnisse der relevanten Methoden zur Geschäftsmodellentwicklung befähigen die Studierenden nachhaltig tragfähige Geschäftsmodelle zu entwickeln, die insbesondere auch makroökonomische, ökologische, ethische und rechtsfachübergreifend rechtliche Faktoren berücksichtigen. Die Auseinandersetzung mit einem komplexen originären Geschäftsmodell und dessen Umsetzung im Rahmen eines zu fertigenden Businessplanes, befördert das vernetzte unternehmerischen Denken und Handeln.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i> Die Studierenden entwickeln im Rahmen der Gruppenarbeit die Fähigkeit zur Kooperation und zur fachübergreifenden Kommunikation. Sie können Ihre persönliche Arbeit und das erarbeitete Gesamtergebnis in Form des Businessplans nach außen überzeugend vertreten. In der Funktion als „fiktive Investoren“ schärfen die Studierenden ihre Beurteilungsfähigkeit von komplexen Systemen. Mittels des Erkennens kritischer Erfolgsfaktoren wird die Fähigkeit</p>

	entwickelt, die komplexen Bedingungen und Kausalzusammenhänge von Gründungsunternehmen praxisgerecht zu beurteilen.
ggf. Sprache	Deutsch oder Englisch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Fallstudien
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung (APL: Referat/Präsentation)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 87 Stunden Praxis und Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Kollmann T.: E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft, Springer Gabler • Nagl, A.: Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen, Mit Checklisten und Fallbeispielen, Springer Gabler • Fink Ch., Vogelsang E.: Existenzgründung und Businessplan: Ein Leitfaden für erfolgreiche Start-ups, Erich Schmidt Verlag • Nagl A., Bozem K.: Geschäftsmodelle 4.0, Business Model Building mit Checklisten und Fallbeispielen, Springer Gabler • Schallmo D.: Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren, Springer Gabler <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Bilanzen und Unternehmensplanung

Balance Sheets and Corporate Planning

Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jürgen Zeis
Inhalte des Moduls	<p>Grundverständnis von Jahresabschlüssen und der Unternehmensplanung mittels Plan-Jahresabschlüssen</p> <ol style="list-style-type: none">1. Systemverständnis der drei primären Rechenwerke Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung2. Bilanzen nach HGB und IFRS3. Analyse von Bilanzen4. Kennzahlen als Analyseinstrument5. Beurteilung der Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage6. Erstellung von integrierten Unternehmensplanungen7. Plausibilisierung von Unternehmensplanungen
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden erwerben die beratungsnotwendigen Bilanz- und Finanzkompetenzen im Sinne des „user-approach“</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Unternehmen auf der Grundlage der Prinzipien und Techniken des betrieblichen Rechnungswesens einzuordnen. Die Studierenden können betriebliche Geschäftsvorfälle systematisch erfassen und deren Auswirkungen auf die unternehmerischen Zieldimensionen Erfolg und Liquidität beurteilen.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i></p> <p>Das Verständnis des Jahresabschlussystems befähigt die Studierenden, Unternehmen auf der Basis von erstellten Jahresabschlüssen zu analysieren. Zudem können sie systematisch konsistente Unternehmensplanungen erstellen und zu beurteilende Unternehmensplanungen plausibilisieren.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i></p> <p>Die Studierenden erwerben die Fähigkeit selbständig Analysen von Unternehmen durchführen und betriebliche Unternehmensplanungen erstellen zu können. Sie werden befähigt, die Ergebnisse ihrer Arbeiten professionell zu begründen und auf Expertenniveau zu vertreten.</p>
ggf. Sprache	Deutsch

Lehr- und Lernformen	<p>Asynchrones Online-Studium anhand eines Online-Moduls mit kapitelweisen Testfragen</p> <p>Begleitung des Moduls durch 2 synchrone Live-Video-Tutorien (Kontaktunterricht)</p> <p>Selbststudium anhand einer didaktisch aufbereiteten Lernunterlage mit Beispielen/Case Studies</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung (Klausur 120 Minuten)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 3 Stunden Seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien) und 97 Stunden angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Gräfer H., Schneider G.: Bilanzanalyse, NWB Verlag • Chmielewicz K.: Integrierte Finanz-, Bilanz- und Erfolgsplanung - Handbuch des Finanzmanagements, Schäffer-Poeschel Verlag • Coenenberg A. G. u.a.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Aufgaben und Lösungen, Schäffer-Poeschel Verlag • Baumüller J., Hartmann A.: Integrierte Unternehmensplanung: Funktionsweise, Umsetzung und Weiterentwicklung, Linde Verlag • Gostomski, D.: Erstellung einer integrierten Finanz- und Liquiditätsplanung mit Excel, Witten <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Sustainability Consulting

Sustainability Consulting

Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ali Arnaout
Inhalte des Moduls	<p>Grundlagen, Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren der Nachhaltigen Entwicklung der Weltwirtschaft und deren Implikationen auf Aufgaben und Prozesse der Unternehmensführung.</p> <ul style="list-style-type: none">• Naturwissenschaftliche Erkenntnisse und technisches Grundverständnis (bspw. Thermodynamik, Energiesysteme, Klima (GHG, Photosynthese))• Ursachen und Einflussfaktoren der Notwendigkeit der Nachhaltigkeitstransformation (bspw. Circular Economy)• Regulatorische Rahmenbedingungen auf Globaler Ebene (UN SDGs, IPCC), kontinentaler Ebene (bspw. EU-Taxonomy, EU-ETS) und nationaler Ebene (z.B. Climate Change Act).• Anforderungen an das Sustainable Leadership und Konsequenzen für Managementfunktionen (Strategisches Management, Financial Management, Innovation Management, Digitalisierung)• Implikationen der Nachhaltigkeitstransformation auf weitere Unternehmensfunktionen (HR, IT, Beschaffung, Marketing etc.)
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Qualifikationsziele unter Berücksichtigung der Ziele der Hochschule Wismar und Beachtung des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i></p> <p>Die Studierenden kennen und verstehen die grundlegenden Elemente und Zusammenhänge der Nachhaltigen Entwicklung und die Auswirkungen auf Führungs- und Managementaufgaben. Sie sind mit den wichtigsten Standards und Regulatorik vertraut und können damit umgehen. Sie haben einen zeitgemäßen Wissenstand zur Nachhaltigkeitstransformation aus interdisziplinärer Sicht und Verständnis für die Relevanz und Tragweite notwendiger Veränderungen.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i></p> <p>Die Studierenden können mit der sich stetig weiterentwickelnden Regulatorik umgehen und sie auf Beispielsituationen und Problemstellungen selbstständig anwenden.</p>

	<p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage in den vielfältigen weltweit verfügbaren Datenquellen die relevanten Informationen zu recherchieren und sich erforderliches Wissen zu erarbeiten. Gleichzeitig entwickeln sie Kompetenz in der interkulturellen Behandlung von Frage- und Problemstellungen.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz: 40%, Methodenkompetenz: 40%, Übergreifenden Kompetenz: 20%.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Fallstudien und Projekte
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung (Klausur 120 Minuten oder APL)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 87 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • https://report.ipcc.ch/ar6wg2/pdf/IPCC_AR6_WGII_SummaryForPolicymakers.pdf • https://report.ipcc.ch/ar6wg2/pdf/IPCC_AR6_WGII_SummaryForPolicymakers.pdf • Intergovernmental Panel on Climate Change IPCC (2022): Climate Change 2022 – Impacts, Adaptation and Vulnerability, Summary for Policymakers • https://dashboards.sdgindex.org • https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en • https://ec.europa.eu/sustainable-finance-taxonomy/ • Wunder, T. (Ed.) (2019): Rethinking Strategic Management • TCFD (2021): Task Force on Climate-related Financial Disclosures 2021 Status Report, Task Force on Climate-related Financial Disclosures Guidance on Metrics, Targets, and Transition Plans Report • UN (2021): World Investment Report 2021 – Investing in Sustainable Recovery • Govindarajan, V., Trimble, C. (2012): Reverse

Innovation: Create far from home, win everywhere

- <https://www.europarl.europa.eu/thinktank/infographics/circulareconomy/public/index.html>
- UNWTO (2017): Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030
- International Institute for Applied Systems Analysis (2019)

Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.

Digitalisierung und digitale Geschäftsmodelle

Digitization and Digital Business Models

Modulverantwortliche(r)	Frau Jutta Steinert
Inhalte des Moduls	<p>Entwicklung eines grundlegenden Verständnisses von den Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung und der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle.</p> <p>1. Offline-Business: Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none">- Technologische Entwicklungen und Treiber- Die Megatrends der nächsten Jahre- Marktveränderungen- Auswirkungen auf Unternehmen- Digitale Transformation von Geschäftsmodellen <p>2. Online-Business: Digitale Geschäftsmodelle</p> <p>2.1 Elektronische Märkte und digitale Güter</p> <ul style="list-style-type: none">- Netzwerküter- Informationsgüter- Lock-In Effekte- Switching Costs <p>2.2 Herausforderungen im Online-Business</p> <ul style="list-style-type: none">- Preisdifferenzierung- Konsumentenrente- Markttransparenz- Wettbewerb- Konsumentenverhalten <p>2.3 Erfolgsfaktoren digitaler Geschäftsmodelle</p> <p>2.4 Geschäftsmodelle</p> <ul style="list-style-type: none">- E-Content- E-Commerce- E-Context- E-Connection <p>2.5 Angelehnte Geschäftsmodelle</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind mit den Rahmenbedingungen der Digitalisierung vertraut, kennen die Besonderheiten und ihre Bedeutungen für den Erfolg von Geschäftsmodellen im Allgemeinen. Sie verstehen die digitalen Geschäftsmodelle und ihre Besonderheiten sowie angelehnte Geschäftsmodelle, die um die originären Geschäftsmodelle herum entstehen.</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i></p>

	<p>Im Zuge des Moduls werden die Studierenden mit den Herausforderungen der Digitalisierung, vor denen alle Unternehmen in den letzten Jahren und auch in Zukunft stehen, vertraut gemacht. Neben den Rahmenbedingungen und Regeln im Onlinegeschäft kennen die Teilnehmer auch die Erfolgsfaktoren, die einen Digitalisierungsprozess beeinflussen. Des Weiteren entwickeln die Studierenden ein grundlegendes Verständnis über die digitalen Geschäftsmodelle und die daran angelehnten Geschäftsmodelle.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i></p> <p>Durch die eigenständige Erarbeitung, welche Eigenschaften für das Online-Business gelten und welche Rahmenbedingungen gegeben sind, wird sichergestellt, dass das notwendige Fachwissen erworben wird. Dieses wird in Fallstudien zur Anwendung gebracht, wodurch ebenfalls sichergestellt wird, dass der Studierende in der Lage ist, die richtigen Schlüsse zu ziehen und Entscheidungen zu treffen.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i></p> <p>Durch die Erweiterung des Wissens in dem Bereich Digitalisierung, die heute aus keiner Branche mehr wegzudenken ist, wird die Entscheidungskompetenz in vielen anderen betriebswirtschaftlichen Bereichen erweitert. Allen voran zu nennen sind hier die Bereiche Marketing, Vertrieb, Personal und Geschäftsprozesse. Die Digitalisierung nimmt Einfluss auf jeden dieser Bereiche und ist somit eine dringend erforderliche Ergänzung, wenn zukünftig die Wettbewerbsfähigkeit erhalten werden soll. Die Studierenden sind in der Lage, den Faktor Digitalisierung bei der Betrachtung und Weiterentwicklung unternehmensweiter Strukturen zu berücksichtigen und strategische geschäftspolitische Entscheidungen zu treffen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Fallstudien
Voraussetzung für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung (APL: Referat/Präsentation/Projektarbeit)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 87 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP

Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Kreutzer R. T.: Digital Business Leadership: Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management, Springer Gabler • Schallmo D.: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices (Schwerpunkt Business Model Innovation), Springer Gabler • Kofler T.: Das digitale Unternehmen: Systematische Vorgehensweise zur zielgerichteten Digitalisierung, Springer Vieweg • Heinemann G.: Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce, Springer Gabler • Neugebauer R.: Digitalisierung, Springer Vieweg <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Geschäftsmodellberatung: Geschäftsmodellanalyse, Geschäftsmodellinnovationen

Business Model Consulting: Business Model Analysis, Business Model Innovations

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Johann Bachner

Inhalte des Moduls

Methoden zur Entwicklung, Analyse und Bewertung von Geschäftsmodellen

- Der Geschäftsmodellbegriff
 - Präzisierung Produkt-Markt-Kombination
 - Architektur und Konfiguration der Wertschöpfungskette
 - Darstellung des Ertragsmodells
 - Kundennutzen und Haltbarkeit der Wettbewerbsvorteile
- Einordnung des Geschäftsmodells in den Kontext des strategischen Managements
- Konzeptionalisierung des Geschäftsmodells
 - Osterwalder und Pigneur
 - Konzept Wirtz
 - Konzept Gassmann
- Geschäftsmodell-Muster (Design, Prototyping, Testing)
- Geschäftsmodell-Umsetzung
- Strategische Instrumente zur Beurteilung der Produkt-Markt-Kombination
- Evaluation strategischer Instrumente zur Beurteilung der Value Chain
- Evaluation strategischer Instrumente zur Beurteilung des Ertragsmodells
- Verknüpfung der Ergebnisse, Fazit
- Moderne Formen des Prozessmanagements

Die Studierenden vertiefen die Fähigkeit, eigenständig und wissenschaftlichen Ansprüchen genügend, ein eigenes wissenschaftliches Vorhaben zu planen, durchzuführen und in einer APL zu dokumentieren.

Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb von Fähigkeiten zur Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle und das Kennenlernen von Werkzeugen des Business-Model-Controllings

Fachkompetenz/Wissensverbreitung

Nach Abschluss dieses Moduls besitzen die Studierenden die Fähigkeiten, Geschäftsmodelle als zentralen Bestandteil eines funktionierenden Unternehmens zu verstehen, diese selbständig zu entwickeln, zu analysieren und Geschäftsmodelle erfolgreich für die Zukunft machen.

	<p>Sie verstehen und kennen den Ablauf einer Geschäftsmodellbewertung (Fallstudie) und können Prototyping, SWOT, Portfolioanalysen, Lebenszyklusmodelle etc. dabei einsetzen.</p> <p>Sie haben in einem Fallbeispiel erfahren, wie die Geschäftsmodellumsetzung stattfinden kann, wobei Discovery Driven Planning und Roadmapping eingesetzt werden.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i></p> <p>Durch die vorgestellten theoretischen Modelle, welche an realen Beispielen diskutiert werden, lernen die Studierenden den Einsatz von Werkzeugen der strategischen Analyse kennen, um die strategische Ausrichtung eigener und zu analysierender Geschäftsmodelle zu optimieren.</p> <p>Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls beherrschen sie die Geschäftsmodellexploration mit dem Business Model Canvas, mit dem Customer Experience Design und der Customer Journey und können durch Imitation bereits vorhandener Geschäftsmodelle erfolgreiche Geschäftsmodelle entwickeln.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i></p> <p>Die Entwicklung von Geschäftsmodellen gelingt nicht, ohne eine ganzheitliche Sicht auf das Unternehmen und dessen Situation in Markt und Umfeld zu haben. Die Geschäftsmodellentwicklung gilt zur Zeit als Königsdisziplin der Innovation – einer Innovation, die Technologie, Strategie, Organisation und Prozesse sowie die Ertragsmechanik einschließt. In diesem Modul lernen die Teilnehmer nicht nur die mechanistischen Vorgehensweisen zur Entwicklung eines Geschäftsmodells kennen, sondern werden darin gefordert, den gesamtwirtschaftlichen und gesellschaftlich/sozialen Kontext ihrer Überlegungen zu berücksichtigen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Projekte
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung (APL: Referat/Präsentation/Projektarbeit)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht (5 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 85 Stunden Selbststudium

Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Nagl, A.; Bozem, K.: Geschäftsmodelle 4.0, Springer Gabler • Osterwalder, A.; Pigneur, Y.: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus-Verlag • Osterwalder, A. et al.: Value Proposition Design, Campus-Verlag • Schallmo, D.: Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren, Springer Gabler • Wirtz, B.: Business Model Management, Springer Gabler • Sohn, S.; Conzelmann, D.: Mit dem Success Loop zum erfolg-reichen Industrie 4.0 Geschäftsmodell, EHP Verlag • Van der Pijl, P.; Lokitz, J.; Solomon, L.K.: Design a better business, Vahlen-Verlag • Gassmann, O.; Frankenberger, K.; Csik, M.: Geschäftsmodelle entwickeln, Carl Hanser Verlag <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Fallstudien zum Inhouse Consulting

Inhouse Consulting Case Studies

Modulverantwortliche(r)

Dr. Wolfgang Greiner

Inhalte des Moduls

Zusammenfassende und integrative Betrachtung von wesentlichen Analyse-, Entscheidungs- und Handlungsfeldern bei der Beratung von Entscheidungsträgern in der Unternehmensführung. Die Studierenden bearbeiten im Selbststudium und in Gruppenarbeit insgesamt 3 Fallstudien zum betrieblichen Controlling.

Eine Fallstudie hat die Analyse und Bewertung eines beispielhaften – aus der Realität übertragenen - Unternehmens zum Gegenstand. Die Studierenden sind hier gefordert, Plan-Bilanzen, -GuV-Rechnungen und -Kapitalflussrechnungen zu erstellen und die Ergebnisse zu bewerten.

Die zweite Fallstudie beinhaltet die Erarbeitung von möglichen Szenarien für die weitere Entwicklung des betrachteten Unternehmens und eine Bewertung der Szenarien anhand von betriebswirtschaftlichen Kennzahlen und die Erarbeitung und Darstellung von möglichen Handlungsoptionen und deren Bewertung. Die Ergebnisse sind in einer Präsentation darzustellen.

Die dritte Fallstudie hat einen Fall aus der Arbeitspraxis der Studierenden zum Thema. Die Studierenden sind gefordert, einen nach bestimmten Kriterien definierten Prozess aus ihrer betrieblichen Praxis zu identifizieren und dafür einen Optimierungsvorschlag zu entwickeln und dessen Voraussetzungen sowie den erwarteten Erfolg zu ermitteln und darzulegen. Diese Fallstudie wird in der Präsenzveranstaltung präsentiert und im Plenum diskutiert.

Die Betrachtung umfasst somit insbesondere die Themenfelder:

- Betriebliches Rechnungswesen
- Unternehmens- und Bilanzanalyse
- Durchführung von Planungsrechnungen und Erstellung von Planbilanzen, Plan-GuV und Plan-Kapitalflussrechnungen anhand eines praktischen Falles
- Entscheidungsorientiertes Controlling, insbesondere durch Ermittlung von entscheidungsrelevanten Kennzahlen und deren Bewertung
- Durchführung von Kostenrechnungen, Kalkulationen und Forecasts.
- Vertiefung der Prozesskostenrechnung und Ableitung von Entscheidungen daraus.

	<ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung einer schriftlichen Präsentation zur Unternehmensentwicklung in verschiedenen Szenarien. • Prozessoptimierung anhand eines konkreten Sachverhaltes/Prozesses aus der Praxis. • Erarbeitung eines Optimierungsvorschlags für einen realen Unternehmensprozess mit Entscheidungsvorlage • Durchführung einer Präsentation in Präsenz.
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p>	<p>Die Studierenden sind in der Lage, einzeln und in Teamarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihr in den vorigen Modulen – insbesondere operatives Kostenmanagement und Bilanzen und Unternehmensplanung – sowie in der Praxis erworbenes Wissen und Kompetenzen in einer ganzheitlichen Betrachtung anzuwenden und • komplexe Sachverhalte zu erfassen, als Grundlage für eine Analyse und Bewertung betriebswirtschaftlich aufzubereiten und in betriebswirtschaftlichen Rechenwerken darzustellen, • die Sachverhalte anhand von relevanten Kriterien zu analysieren und zu bewerten und die Bewertung anhand von betriebswirtschaftlichen Kennzahlen nachvollziehbar darzustellen, • Entscheidungsvorschläge zu erarbeiten und diese fundiert zu begründen, <p>Ihre Arbeitsergebnisse anschaulich, nachvollziehbar und überzeugend zu präsentieren und in einer Diskussion zu verteidigen</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreiterung</i></p> <p>Die Studierenden sind gefordert, sowohl ihre in den Modulen des 2. Semesters erworbenen Kenntnisse und Kompetenzen als auch ihr in der beruflichen Praxis erworbenes Wissen anzuwenden und miteinander zu verbinden. Damit festigen sie ihr Wissen und sind in der Lage, dieses auf praktische Anwendungsfälle zu transferieren und in ihrer Arbeit einzusetzen. Neben der damit erworbenen Analyse- und Entscheidungsfähigkeit werden die Teamarbeit, der Blick für das Wesentliche, die Argumentationsfähigkeit und die Kommunikation der Ergebnisse vor einer Fachgruppe (Präsentation) trainiert. Durch die Vorstellung der Arbeitsergebnisse im Plenum verfügen die Studierenden über breites Wissen wird das Wissen aller Gruppen miteinander geteilt verbreitert.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i></p> <p>Durch die teilweise angeleitete, überwiegend aber selbstständig durchgeführte Einzel- und Gruppenarbeit wird erreicht, dass die Studierenden sich sowohl selbstständig in die der Fallstudie zugrunde liegenden Themen und</p>

	<p>Fragestellungen (Finanzsituation, Marktstellung, Arbeitsprozesse, Ertragskraft, betriebliche Prozesse und Zusammenhänge, Umwelteinflüsse, gegenwärtiger und zukünftiger Erfolg) einarbeiten als auch ihre Erkenntnisse zunächst mit den Mitgliedern ihrer Arbeitsgruppe fokussiert diskutieren und zu einem gemeinsamen Ergebnis zusammenführen. Die Präsentation und Diskussion ihres Arbeitsergebnisses im Plenum stellt sicher, dass sie in der Lage sind, mit Experten fundiert über das von ihnen bearbeitete Thema zu diskutieren und auch mit Kritik umzugehen. Dies ermöglicht ihnen, auch ihrem eigenen Berufsumfeld die Grundlagen für betriebswirtschaftlich fundierte Entscheidungen zu erarbeiten und die Ergebnisse in Beratungs- und Entscheidungssituationen anzuwenden.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i> Die Studierenden können die im Modul erworbenen Kompetenzen sowohl in den folgenden Modulen als auch im praktischen jetzigen und künftigen Arbeitsfeld anwenden. Sie können damit komplexe Sachverhalte sowohl im betriebswirtschaftlichen als auch im ablauf- und aufbauorganisatorischen Kontext von Unternehmen und Einrichtungen analysieren, Kriterien für eine entscheidungsorientierte Bewertung erarbeiten sowie Expertenwissen von anderen Personen und aus der Literatur einbeziehen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Sachverhalte, Arbeitsergebnisse und Entscheidungsvorlagen sowohl vor internen als auch externen Adressaten fokussiert und zieladäquat zu präsentieren, zu diskutieren und Überzeugungsarbeit zu leisten.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Fallstudien und Projekte
Voraussetzung für die Teilnahme	Fundierte Kenntnisse des betrieblichen internen und externen Rechnungswesens, insbesondere der Kosten- und Leistungsrechnung
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung (APL: Referat/Präsentation)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 87 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS

Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none">• Drosse V.; Controlling und Internes Rechnungswesen - Grundlagen des Controllings, Oldenbourg-Verlag• Deimel K. u.a.: Controlling, Verlag Vahlen• Fischer D.: Controlling - Balanced Scorecard, Kennzahlen, Prozess- und Risikomanagement -Ein Handbuch für die erfolgreiche Praxis; Vahlen Verlag• Horvath P.: Controlling, Vahlen Verlag• Reichmann T. u.a.: Controlling mit Kennzahlen, Vahlen Verlag <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Master-Seminar – Aktuelle Consultingthemen

Master Seminar – Current Consulting Topics

Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jürgen Zeis
Inhalte des Moduls	<p>Anwendung von aktuellen Consultingtechniken auf Fallsituationen und wissenschaftliche Bearbeitung von consultingnahen Themen. Analytische Bewertung der Sachverhalte, Darstellung der Ergebnisse/Erkenntnisse nach den Gesichtspunkten wissenschaftlichen Arbeitens. Präsentation und Verteidigung der Ergebnisse der Gruppenleistung.</p> <ul style="list-style-type: none">• Fachliche Komponente abhängig von den vorliegenden Fällen• Analytisch, betriebswirtschaftliche Werkzeuge (operativ und strategisch) aus dem Consulting• Aufbau der Präsentation nach den Grundregeln des Minto-Prinzips• Diskussion und Disputation der Ergebnisse
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Einsatz von aktuellen Methoden des Consultings auf reale Fallbeispiele, Erarbeiten von Problemlösungen in Gruppenarbeiten sowie Verteidigung des Lösungsvorschlags (einschließlich geplanter Vorgehensweisen und des Realisierungsplans)</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i></p> <p>Nach Abschluss dieses Moduls besitzen die Studierenden die Fähigkeiten, strategische Analysen durchzuführen und unter Einsatz von betriebswirtschaftlichen Werkzeugen einen vorliegenden Problemfall analytisch zu strukturieren, Ursachen für Fehlentwicklungen zu identifizieren und geeignete Gegenmaßnahmen dazu zu entwickeln.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i></p> <p>Durch das Arbeiten an realen Fällen lernen die Studierenden den Einsatz von Werkzeugen der strategischen Analyse, der Prozessanalyse und anderer analytischer Werkzeuge aus dem operativen Controlling kennen, um die Strategie und das operative Vorgehen zu analysierender Unternehmen zu optimieren.</p> <p>Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über einen gut gefüllten Koffer an Werkzeugen, um ein komplexes Problem analytisch zu durchdringen und Lösungen dazu zu entwickeln.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i></p>

	Wirksame Unternehmensberatung erschöpft sich nicht in einem unreflektierten Anwenden vorkonfigurierter Werkzeuge. Im Zuge des Moduls erkennen die Studierenden deutlich, dass erst eine vollständige und vorurteilsfreie Analyse das wirkliche Durchdringen des Problems und die Auswahl der geeigneten Werkzeuge für Diagnose Behebung der gefundenen Mängel ermöglicht. Durch die Arbeit in Gruppen wird auch der Bereich der Teamarbeit, Kommunikation und Lösungsfindung in der Gruppe an praktischen Fällen geübt. Die unter Zeitvorgabe erfolgende abschließende Vorstellung des Lösungsvorschlags und dessen Verteidigung gegenüber sachkundigen Fragestellern wirkt sich positiv auf die soziale und persönliche Kompetenz der Studierenden aus.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Projekte
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Prüfungsleistung (APL: Referat/Präsentation)
Arbeitsaufwand	75 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht und 62 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Hackenberg, W.; Leminsky, C.; Schulz-Wolfgramm, E.: Key Message. Delivered: Business-Präsentationen mit Struktur, Haufe Verlag • Lippold, D.: Die Unternehmensberatung, Springer Gabler • Lunau, St.: Six Sigma + Lean Toolset, Springer Gabler • Müller-Stewens, G.; Lechner, Ch.: Strategisches Management, Schäffer Poeschel • Kerth, K.; Asum, H.; Stich, V.: Die besten Strategietools in der Praxis, Carl Hanser Verlag • Slogar, A.: Die agile Organisation, Carl Hanser Verlag • Hoffmeister, Ch.; von Borcke, Y.: Think new!, Carl Hanser Verlag <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Mergers and Acquisitions Consulting

Mergers and Acquisitions Consulting

Modulverantwortliche(r)	Dr. Jörg Wildgruber
Inhalte des Moduls	<p>Methoden und Inhalte der Beratung bei Mergers & Acquisitions</p> <ol style="list-style-type: none">1. Strategische Analyse als Ausgangspunkt von M&A-Vorhaben2. Due Diligence – Unternehmensanalyse im Rahmen der Transaktionsberatung3. Unternehmensbewertung – Verfahren und ihre Anwendung4. Rechtliche, steuerliche und betriebswirtschaftliche Aspekte des Unternehmenskaufs5. Nach dem Closing – Beratung zur Realisierung der Transaktionsziele
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Erwerb von Fähigkeiten zur Beratung bei Zielbestimmung, Gestaltung, Beurteilung und dem Abschluss von typischen Mergers & Acquisitions-Transaktionen</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i></p> <p>Im Zuge dieses Moduls werden die Studierenden mit Methoden zur Beratung in M&A-Prozessen vertraut gemacht. Die Teilnehmer kennen nach Abschluss den typischen Ablauf von M&A-Prozessen und die in den jeweiligen Phasen nötigen Entscheidungen sowie die hierbei genutzten Verfahren und können einschätzen mit welchen Beratungsmodulen die Handelnden unterstützt werden können</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i></p> <p>Die Studierenden können die in Wissenschaft und Praxis etablierten Methoden und Verfahren der M&A-Beratung reflektiert einsetzen und deren Grenzen erkennen.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i></p> <p>Das Modul ist auf die betriebswirtschaftlichen Methoden und Verfahren für die M&A-Beratung ausgerichtet. Die Komplexität der M&A-typischen Beratungs- und Entscheidungssituation und die Notwendigkeit zur Integration anderer Arbeitsdisziplinen wird deutlich. Damit sind die Teilnehmer in der Lage, Schnittstellen zu juristischen, steuerlichen, technischen und verhaltensorientierten Arbeitspaketen zu erkennen und diese zu managen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch

Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Fallstudien und Projekte
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung (Klausur 120 Minuten)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 87 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Eayrs W. E. u.a.: Corporate Finance Training, Poeschel-Verlag • PEEMÖLLER, V.: Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe. • BALLWIESER, W.: Unternehmensbewertung. Prozeß, Methoden und Probleme, Schäffer-Poeschel Verlag • Jansen, A.: Mergers & Acquisitions: Unternehmensakquisitionen und -kooperationen. Eine strategische, organisatorische und kapitalmarkttheoretische Einführung, Springer Gabler • Behringer, St.: Unternehmenstransaktionen: Basiswissen – Unternehmensbewertung – Ablauf von M&A, Erich Schmidt Verlag <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Changemanagement

Changemanagement

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jens Walter

Inhalte des Moduls

Einführung in die Sozialpsychologie

- Menschliches Erleben und Verhalten
- Von der Massen- zur Gruppenpsychologie
- Motivation, Motiv, Anreize
- Hilfeleistung
- Macht

Einstellungen

- Definition und Funktion
- Einstellungsänderungen
- Einstellungsmessung

Gruppen und Gruppenleistung

- Definition
- Gruppenbeziehungen
- Gruppenleistung und Führung

Veränderungsprozesse

- Einflussfaktoren im Veränderungsprozess
- Führung im Veränderungsprozess
- Entwicklung einer Strategie
- Sicherstellung des nachhaltigen Erfolgs
- Fallstudie: SAM Electronics
- Fallstudie: Maschinenbau GmbH

Dieses Modul vermittelt, wie Gruppenleistung und social loafing erklärt werden können, was prosoziales Verhalten ist und warum dieser Mechanismus in Gefahrensituationen gefährlich, aber in Veränderungsprozessen eine treibende Kraft werden kann.

Methodisch baut das Modul auf der sozialwissenschaftlichen Forschung auf. D.h. quantitative und qualitative Forschungsmethoden gehören zum Handwerkzeug des Moduls und müssen durch die Studierenden beherrscht werden. Es werden Experimente und Forschungsergebnisse dargestellt, deren Interpretation durch die Studierenden vorzunehmen ist. Das dadurch erworbene Wissen wird im Rahmen von Fallstudien angewendet.

Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i> Die Studierenden sind nach diesem Modul in der Lage, das Erleben und Verhalten von Mitarbeitern aus einem anderen Fokus zu betrachten und optimal darauf reagieren können.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i> Die Studierenden sind in der Lage, in verschiedenen Changesituationen mit den notwendigen sozialpsychologischen Instrumentarien den Prozess zu begleiten und erfolgreich durchzuführen.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i> Die Studierenden können sozialpsychologische Erkenntnisse beim Umgang mit diversen organisationalen Problemen berücksichtigen, insbesondere wenn Gruppenphänomene auftreten, motivationale Probleme entstanden sind oder die Zusammenarbeit im Allgemeinen zu optimieren ist. Sie verstehen auch diese Dimension von Organisationskultur und –klima, OCB oder Psychological Ownership.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Fallstudien und Projekte
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung (APL: Referat/Präsentation/Projektarbeit)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 87 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Stroebe, W., Hewstone, M, Stephenson, G.: Sozialpsychologie. Eine Einführung. Springer • Lauer, T.: Changemanagement. Grundlagen und Erfolgsfaktoren, Springer. • Landes, M. & Steiner, E.: Psychologische Auswirkungen von Change Prozessen. Widerstände, Emotionen, Veränderungsbereitschaft und Implikationen für Führungskräfte, Springer.

- Stolzenberg, K. & Heberle, K.: Change Management. Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten – Mitarbeiter mobilisieren, Springer.
- Wieser, D.: Mittlere Manager in Veränderungsprozessen. Aufgaben, Belastungsfaktoren, Unterstützungsansätze, Springer.

Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.

Sanierungsberatung

Redevelopment Consulting

Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Romeike und Prof. Dr. Tobias Schulze
Inhalte des Moduls	<p>Betriebswirtschaftliche Beratung von Unternehmen in wirtschaftlichen Notlagen bzw. mit drohender oder bereits beantragter Insolvenz</p> <ol style="list-style-type: none">1. Identifikation von Krisenmerkmalen einer Unternehmung2. Wesentliche Akteure in der Restrukturierung/Sanierung3. Die Rolle der Banken im Sanierungsprozess4. Liquiditätssicherung als erste wesentliche Sanierungsmaßnahme5. Strategische Schwachstellenanalyse6. Beurteilung der Sanierungsfähigkeit7. Ableitung von Sanierungsmaßnahmen8. Integrierte Sanierungsplanung9. Finanzierung des Restrukturierungs-/Sanierungsprogramms10. Personalabbau in der Restrukturierung/Sanierung11. Besonderheiten der Sanierung im Insolvenzverfahren
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Erwerb von Fähigkeiten zur Erkennung wirtschaftlicher Unternehmensnotlagen, zur Ursachenanalyse sowie zur Ableitung von Maßnahmen zur Restrukturierung/Sanierung</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i></p> <p>Die Studierenden sind mit den Anforderungen an die Erstellung von Sanierungskonzepten vertraut. Sie sind in der Lage, eigenverantwortlich Lösungen für konkrete Einzelfälle zu finden.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i></p> <p>Durch eine Vermittlung und Diskussion, der einschlägigen Entscheidungen des BGH (Bundesgerichtshof), der in verschiedenen Urteilen wesentliche Aspekte eines Sanierungskonzeptes beleuchtet und definiert, können die Studierenden, die Anforderungen des BGH, in ein schlüssiges betriebswirtschaftliches Konzept einbinden.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i></p> <p>Insbesondere durch die Kernanforderungen an Sanierungskonzepte, die im ersten Teil die ökonomischen und rechtlichen Einflussfaktoren erfassen, sind die</p>

	Studierenden befähigt, im Hinblick auf das Leitbild des sanierten Unternehmens zu ergreifende Maßnahmen, insbesondere im Rahmen einer integrierten Vermögens-, Finanz- und Ertragsplanung im gesamten wirtschaftlichen Kontext zu entwickeln und umzusetzen.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Asynchrone und synchrone Online-Lehre, Präsenzveranstaltung sowie Selbststudium, Fallstudien und Projekte
Voraussetzung für die Teilnahme	fundierte betriebswirtschaftliche Kenntnisse, grundlegende rechtliche Kenntnisse
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, Bestehen der Modulprüfung (Klausur 120 Minuten)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 13 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 87 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	22 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Schmidt K. Uhlenbruck W.: Die GmbH in der Krise; Dr. Otto Schmidt Verlag • Crone A: Modernes Sanierungsmanagement; Vahlen Franz GmbH • IDW Standard; Anforderungen an Sanierungskonzepte (IDW S 6) • Das standardisierte Sanierungskonzept; Mustergutachten nach IDW S 6 KSJ 6/11, Arnd Schienstock • Fragen und Antworten zur Erstellung und Beurteilung von Sanierungskonzepten nach IDW S6, IDW Verlag GmbH <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Fallstudien zur Sanierungsberatung

Case Studies on Restructuring Consulting

Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Bernd Romeike und Prof. Dr. Tobias Schulze
Inhalte des Moduls	<p>Betriebswirtschaftliche Beratung von Unternehmen in wirtschaftlichen Notlagen bzw. mit drohender oder bereits beantragter Insolvenz</p> <ul style="list-style-type: none">• Verschicken der Problemstellung und Vorstellung des Projekts• Vorschlag zur weiteren Vorgehensweise und Zeitplan• Analyse und Darstellung der Ist-Situation des Unternehmens• Maßnahme zur Liquiditätssicherung• Beurteilung der Sanierungsfähigkeit des Unternehmens, Vorstellung des Sanierungskonzeptes,• Vorschlag zu organisatorischen Änderungen und zur empfohlenen Implementierung
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Erwerb von Fähigkeiten zur Erkennung wirtschaftlicher Unternehmensnotlagen, zur Ursachenanalyse sowie zur Ableitung von Maßnahmen zur Restrukturierung/Sanierung</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i></p> <p>Die Studierenden sind mit den Anforderungen an die Erstellung von Sanierungskonzepten vertraut und können eine eigenverantwortliche Lösung des konkreten Einzelfalls finden.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i></p> <p>Durch eine Vermittlung und Diskussion, der einschlägigen Entscheidungen des BGH (Bundesgerichtshof), der in verschiedenen Urteilen wesentliche Aspekte eines Sanierungskonzeptes beleuchtet und definiert, können die Studierenden, die Anforderungen des BGH, in ein schlüssiges betriebswirtschaftliches Konzept einbinden.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i></p> <p>Insbesondere durch die Kernanforderungen an Sanierungskonzepte, die im ersten Teil die ökonomischen und rechtlichen Einflussfaktoren erfassen, sind die Studierenden befähigt, im Hinblick auf das Leitbild des sanierten Unternehmens zu ergreifenden Maßnahmen, insbesondere im Rahmen einer integrierten Vermögens-, Finanz- und Ertragsplanung im gesamten wirtschaftlichen Kontext zu entwickeln und umzusetzen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch

Lehr- und Lernformen	Selbststudium, Online-Studium, Fallstudien und Projekte
Voraussetzung für die Teilnahme	das parallele Studium des Moduls 15 Sanierungsberatung (Turnaround-Management) gemäß Studienplan wird empfohlen, fundierte betriebswirtschaftliche Kenntnisse, grundlegende rechtliche Kenntnisse
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, Bestehen der Modulprüfung (APL: Präsentation)
Arbeitsaufwand	13 Stunden seminaristischer Unterricht (3 Stunden Online-Tutorien, 10 Stunden Präsenzveranstaltung) und 87 Stunden Praxis und Selbststudium
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	6 Wochen
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> • Schmidt K. Uhlenbruck W.: Die GmbH in der Krise; Dr. Otto Schmidt Verlag • Crone A: Modernes Sanierungsmanagement; Vahlen Franz GmbH • IDW Standard; Anforderungen an Sanierungskonzepte (IDW S 6) • Das standardisierte Sanierungskonzept; Mustergutachten nach IDW S 6 KSJ 6/11, Arnd Schienstock • Fragen und Antworten zur Erstellung und Beurteilung von Sanierungskonzepten nach IDW S6, IDW Verlag GmbH <p>Es werden die aktuellen Auflagen verwendet.</p>

Fallstudie Business Simulation

Case Study Business Simulation

Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Neumann
Inhalte des Moduls	<p>Strategische, taktische und operative Führung eines Industrieunternehmens</p> <ol style="list-style-type: none">1. Einführung in die Entscheidungsfelder: Marketing, Produktion, Human Resources, Logistik, Finanzierung. Aufbau und Struktur eines Risikomanagementsystems und des Berichtswesens2. Spielablauf, Programmhandling und Teamorganisation: Durchführung einer Testrunde (Analyse in einer Onlineveranstaltung). Definition der für die Modulbewertung maßgeblichen Zielgröße3. Formulierung von Unternehmenszielen und Unternehmensstrategien; Festlegung von Verantwortungsbereichen4. Spielphase: Durchführung von 6 Spielrunden5. Online Veranstaltung zur abschließenden Auswertung und Vergabe der Modulnoten
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Erwerb von Fähigkeiten zur ganzheitlichen, vernetzten Unternehmensplanung, Umsetzung in strategische und operative Entscheidungen, Analyse von Unternehmensberichten und Umsetzung eines operativen und strategischen Risikomanagements. Verbesserung der Team- und Entscheidungsfähigkeit.</p> <p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreitung</i></p> <p>Die Studierenden setzen die im Studienverlauf erworbenen Kenntnisse in konkrete Unternehmensplanungen und Unternehmensentscheidungen um:</p> <ul style="list-style-type: none">- operative und strategische Marketingplanung- operative und strategische Produktionsplanung- operative und strategische Personalplanung- operative und strategische Finanzplanung- operative und strategische Risikoanalyse- operatives und strategisches Risikomanagement- Auswertung interner und externer Unternehmensberichte <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</i></p> <p>Die offene Dynamik und die Interaktion mit den Wettbewerbern auf Absatz- und Personalmärkten zwingen die Studierenden zur ständigen Analyse und ggf. Anpassung eigener Ziele, Planungsvorgaben und Entscheidungen. Die Ausrichtung der Entscheidung an einem klar vorgegebenen</p>

	<p>Unternehmensziel führt zu vernetztem unternehmerischem Denken und Handeln unter besonderer Berücksichtigung der damit verbundenen Risiken.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</i></p> <p>Durch die „long-distance“ Gruppenarbeit müssen die Studierenden eine arbeitsteilige Teamstruktur entwickeln, die innerhalb der vorgegebenen Zeit die geforderten zielgerichteten Unternehmensentscheidungen treffen kann. Teamfähigkeit und Entscheidungsfähigkeit sind damit impliziter Erfolgsfaktor für dieses Modul.</p>
ggf. Sprache	Deutsch/Englisch
Lehr- und Lernformen	<p>Begleitung des Moduls durch synchrone Live-Video-Tutorien (Kontaktunterricht)</p> <p>Selbststudium anhand einer didaktisch aufbereiteten Lernunterlage mit Beispielen/Case Studies</p>
Voraussetzung für die Teilnahme	Das Modul vernetzt die bisher im Studienverlauf erworbenen Kompetenzen. Es sollte daher – dem Regelstudienplan entsprechend – zu Beginn des 4. Semesters belegt werden. Einzelne, noch nicht bestandene Module schließen eine Teilnahme aber nicht aus.
Verwendbarkeit des Moduls	Als Modul in anderen Master-Fernstudiengängen, wenn die Studien-/Prüfungsordnungen dieser Studiengänge dies zulassen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung (APL: Planspiel. Die Erreichung der vorgegebenen Zielgröße (absolut und relativ zu den Wettbewerbern) entscheidet über die Bewertung. Der Bewertungsmechanismus wird in der Einführungsveranstaltung bekannt gegeben.)
Arbeitsaufwand	100 Stunden, davon 15 Stunden seminaristischer Unterricht (15 Stunden Online-Tutorien) und 85 Stunden Selbststudium bzw. Teamarbeit zur Entscheidungsfindung und Analyse
Leistungspunkte	4 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	8 Wochen
Literaturangaben	keine

Master-Thesis

Master Thesis

Modulverantwortliche(r)	Erst-/Zweitgutachter
Inhalte des Moduls	Die Studierenden werden ermutigt, ein komplexes Projekt aus der eigenen beruflichen Praxis zum Gegenstand der Master-Thesis werden zu lassen.
Qualifikationsziele des Moduls	Nachweis der Fähigkeit zur Bearbeitung eines praxisnahen Projektes auf hohem wissenschaftlichem Niveau; Nachweise der Fähigkeit zu wissenschaftlichem Arbeiten
ggf. Sprache	Deutsch/Englisch
Lehr- und Lernformen	Kolloquium nach Abgabe der Master-Thesis
Voraussetzung für die Teilnahme	Für das Kolloquium: erfolgreiches Bestehen sämtlicher Module des Studiengangs
Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiches Bestehen der Thesis und des Kolloquiums
Arbeitsaufwand	650 Stunden eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten, davon ca. 30 bis 45 Minuten Kolloquium
Leistungspunkte	26 CP
Angebotsturnus	WS / SS
Dauer des Moduls	20 Wochen (1 Semester)
Literaturangaben	keine