

# MODULHANDBUCH

**Master of Science**

Finance, Accounting und Taxation (FS-MAFAT)

120 ECTS

Fernstudium

Klassifizierung: konsekutiv

# Inhaltsverzeichnis

---

## 1. Semester

### **Modul DLMMAN-01: Leadership**

Modulbeschreibung .....	11
Kurs MMAN02-02: Leadership .....	13

### **Modul DLMGMWECG: Wirtschaftsethik und Corporate Governance**

Modulbeschreibung .....	19
Kurs DLMGMWECG01: Wirtschaftsethik und Corporate Governance .....	21

### **Modul DLMMET-01: Forschungsmethodik**

Modulbeschreibung .....	25
Kurs MMET01-01: Forschungsmethodik .....	27

### **Modul DLMAST: Angewandte Statistik**

Modulbeschreibung .....	31
Kurs MMET02: Angewandte Statistik .....	33

### **Modul DLMFATRLB: Rechnungslegung und Bilanzpolitik**

Modulbeschreibung .....	37
Kurs DLMBACCE02_D: Rechnungslegung und Bilanzpolitik .....	39

### **Modul MVOL2: Institutionenökonomik**

Modulbeschreibung .....	45
Kurs MVOL02: Institutionenökonomik .....	47

---

## 2. Semester

### **Modul MINR2: Corporate Finance**

Modulbeschreibung .....	55
Kurs MINR02: Corporate Finance .....	57

### **Modul DLMINRL: Internationale Rechnungslegung**

Modulbeschreibung .....	63
Kurs MINR01-02: Internationale Rechnungslegung .....	65

### **Modul DLMBPMD: Performance Measurement**

Modulbeschreibung .....	69
Kurs DLMBPMD01: Performance Measurement .....	71

**Modul DLMFATRM: Risikomanagement**

Modulbeschreibung .....	77
Kurs DLMFATRM01: Risikomanagement .....	79

**Modul DLMFATDT: Digitale Transformation im Finanzwesen**

Modulbeschreibung .....	83
Kurs DLMFATDT01: Digitale Transformation im Finanzwesen .....	85

**Modul DLMFATNIS: Nationale und internationale Steuerlehre**

Modulbeschreibung .....	89
Kurs DLMFATNIS01: Nationale und internationale Steuerlehre .....	91

---

**3. Semester****Modul DLMFATPIFRS: Projekt: Einführung in IFRS**

Modulbeschreibung .....	99
Kurs DLMFATPIFRS01: Projekt: Einführung in IFRS .....	101

**Modul DLMFATSACF: Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance**

Modulbeschreibung .....	105
Kurs DLMFATSACF01: Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance .....	107

**Modul MWCO: Erfolgsorientiertes Controlling**

Modulbeschreibung .....	111
Kurs MWCO01: Erfolgsorientiertes Controlling I .....	114
Kurs MWCO02: Erfolgsorientiertes Controlling II .....	118

**Modul MWBC: Management Consulting**

Modulbeschreibung .....	123
Kurs MWBC01: Management Consulting I .....	126
Kurs MWBC02: Management Consulting II .....	130

**Modul MWFI: Strategisches Finanzmanagement**

Modulbeschreibung .....	133
Kurs MWFI01: Strategisches Finanzmanagement I .....	135
Kurs MWFI02: Strategisches Finanzmanagement II .....	139

**Modul DLMBCFIE: Corporate Finance and Investment**

Modulbeschreibung .....	143
Kurs DLMBCFIE01: Advanced Corporate Finance .....	146
Kurs DLMBCFIE02: Investment Analysis & Portfolio Management .....	150

**Modul MWPT: Projektmanagement**

Modulbeschreibung .....	155
-------------------------	-----

Kurs MWPT01: Methoden des Projektmanagements .....	157
Kurs MWPT02: Projektmanagement mit dem PMBOK Guide .....	160
<b>Modul DLMBWDBE: Digital Business und Entrepreneurship</b>	
Modulbeschreibung .....	165
Kurs DLMIDBM01: Digitale Business-Modelle .....	168
Kurs DLMBIED01-01: Innovation und Entrepreneurship .....	172
<b>Modul DLMIWBI: Business Intelligence</b>	
Modulbeschreibung .....	179
Kurs DLMIWBI01: Business Intelligence I .....	181
Kurs DLMIWBI02: Business Intelligence II .....	184
<b>Modul MWCH: Supply Chain Management</b>	
Modulbeschreibung .....	187
Kurs MWCH01: Globales Supply Chain Management .....	190
Kurs MWCH02: Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain .....	194
<b>Modul DLMBDSA: Data Science and Analytics</b>	
Modulbeschreibung .....	199
Kurs DLMBDSA01: Data Science .....	201
Kurs DLMBDSA02: Analytical Software and Frameworks .....	205
<b>Modul MWCO: Erfolgsorientiertes Controlling</b>	
Modulbeschreibung .....	209
Kurs MWCO01: Erfolgsorientiertes Controlling I .....	212
Kurs MWCO02: Erfolgsorientiertes Controlling II .....	216
<b>Modul MWBC: Management Consulting</b>	
Modulbeschreibung .....	221
Kurs MWBC01: Management Consulting I .....	224
Kurs MWBC02: Management Consulting II .....	228
<b>Modul MWFI: Strategisches Finanzmanagement</b>	
Modulbeschreibung .....	231
Kurs MWFI01: Strategisches Finanzmanagement I .....	233
Kurs MWFI02: Strategisches Finanzmanagement II .....	237
<b>Modul DLMBCFIE: Corporate Finance and Investment</b>	
Modulbeschreibung .....	241
Kurs DLMBCFIE01: Advanced Corporate Finance .....	244
Kurs DLMBCFIE02: Investment Analysis & Portfolio Management .....	248
<b>Modul MWPT: Projektmanagement</b>	
Modulbeschreibung .....	253

Kurs MWPT01: Methoden des Projektmanagements .....	255
Kurs MWPT02: Projektmanagement mit dem PMBOK Guide .....	258
<b>Modul DLMBWDBE: Digital Business und Entrepreneurship</b>	
Modulbeschreibung .....	263
Kurs DLMIDBM01: Digitale Business-Modelle .....	266
Kurs DLMBIED01-01: Innovation und Entrepreneurship .....	270
<b>Modul DLMIWBI: Business Intelligence</b>	
Modulbeschreibung .....	277
Kurs DLMIWBI01: Business Intelligence I .....	279
Kurs DLMIWBI02: Business Intelligence II .....	282
<b>Modul MWCH: Supply Chain Management</b>	
Modulbeschreibung .....	285
Kurs MWCH01: Globales Supply Chain Management .....	288
Kurs MWCH02: Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain .....	292
<b>Modul DLMBDSA: Data Science and Analytics</b>	
Modulbeschreibung .....	297
Kurs DLMBDSA01: Data Science .....	299
Kurs DLMBDSA02: Analytical Software and Frameworks .....	303
<b>Modul MWIM: Immobilienwirtschaft</b>	
Modulbeschreibung .....	307
Kurs MWIM01: Immobilieninvestition und -finanzierung .....	309
Kurs MWIM02: Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement .....	313
<b>Modul MWSH: Strategisches Hotelmanagement</b>	
Modulbeschreibung .....	317
Kurs MWSH01: Hotellerie I .....	320
Kurs MWSH02: Hotellerie II .....	324
<b>Modul MWLV: Strategisches Luftverkehrsmanagement</b>	
Modulbeschreibung .....	329
Kurs MWLV01: Grundlagen des Luftverkehrs .....	331
Kurs MWLV02: Netz- und Yield Management .....	334
<b>Modul MWTO: Strategisches Tourismusmanagement</b>	
Modulbeschreibung .....	337
Kurs MWTO01: Tourismusmanagement I .....	339
Kurs MWTO02: Tourismusmanagement II .....	343
<b>Modul MWSM: Strategisches Servicemanagement</b>	
Modulbeschreibung .....	347

Kurs MWSM01: Servicemanagement I .....	349
Kurs MWSM02: Servicemanagement II .....	353

---

#### 4. Semester

##### **Modul MMTH: Masterarbeit**

Modulbeschreibung .....	361
Kurs MMTH01: Masterarbeit .....	363
Kurs MMTH02: Kolloquium .....	366

---

2020-12-01



# 1. Semester

---



# Leadership

Modulcode: DLMMAN-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Georg Berkel (Leadership)

## Kurse im Modul

- Leadership (MMAN02-02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Berufsbegleitendes Studium  
Klausur, 90 Minuten

### Teilmodulprüfung

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

## Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen und Kriterien des Führungserfolges
- Führungstheorien im Wandel der Zeit
- Belastungen, Work-Life-Balance und Selbstmanagement
- Motivation, Kommunikation und Beurteilung
- Teams und Organisation
- Aktuelle Trends und Debatten

### Qualifikationsziele des Moduls

#### Leadership

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Frage, was gute Führung ist, unter Rückgriff auf die wichtigsten Führungstheorien und ihre empirische Validierung zu beantworten.
- Führung als Wertebalance zwischen den Anforderungen von Organisation, Mensch und Leistung zu strukturieren.
- aktuelle Erkenntnisse zu den Kernpunkten dieser Balance zu verstehen (Leistung: Selbstmanagement und Work/Life Balance der Führungskraft; Mensch: Motivation, Kommunikation und Beurteilung von Mitarbeitern und Teams; Organisation: Organisationskultur und Veränderungsmanagement).
- das erworbene anwendungs- und problemlösungsorientierte Verständnis des Führungsgeschehens sowie des Führungsverhaltens in der Unternehmenspraxis anzuwenden.

#### Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management

#### Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Leadership

Kurscode: MMAN02-02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

In der Wissensgesellschaft sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Unternehmens zu einer der wichtigsten Ressourcen geworden. Es gehört zu den grundlegenden Kompetenzen von Führungskräften, das Wissen und die Fähigkeiten von Individuen in der Organisation durch Leadership/Führung zu fordern und zu fördern. Die professionelle und systematische Führung von Mitarbeitern ist kritisch für den Erfolg eines Unternehmens im Wettbewerb. Vor diesem Hintergrund setzt sich der Kurs mit den notwendigen Kompetenzen einer Führungskraft in Unternehmen mit modernen, wissensbasierten Arbeitsorganisationen auseinander. Es werden zentrale Fragestellungen der modernen Führungstheorie und -praxis diskutiert. Im Mittelpunkt stehen dabei die Grundlagen der professionellen Führung, Führungs- und Motivationsinstrumente, Aspekte der situativen Führung sowie die Führungskommunikation und -interaktion im Rahmen der strategischen Führung und in Veränderungsprozessen. Sowohl methodisch-konzeptionelle Grundlagen der Führung als auch empirische Beispiele und Diskussionen zum Führungsverhalten in Organisationen bereiten die Teilnehmer auf die Herausforderungen der Führung, den Umgang mit Change sowie Teamentwicklung und Konfliktmanagement im Unternehmen vor.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Frage, was gute Führung ist, unter Rückgriff auf die wichtigsten Führungstheorien und ihre empirische Validierung zu beantworten.
- Führung als Wertebalance zwischen den Anforderungen von Organisation, Mensch und Leistung zu strukturieren.
- aktuelle Erkenntnisse zu den Kernpunkten dieser Balance zu verstehen (Leistung: Selbstmanagement und Work/Life Balance der Führungskraft; Mensch: Motivation, Kommunikation und Beurteilung von Mitarbeitern und Teams; Organisation: Organisationskultur und Veränderungsmanagement).
- das erworbene anwendungs- und problemlösungsorientierte Verständnis des Führungsgeschehens sowie des Führungsverhaltens in der Unternehmenspraxis anzuwenden.

## Kursinhalt

1. Führung im Überblick
  - 1.1 Die Bedeutung „guter“ Führung
  - 1.2 Führung und Leadership - Begriffsdefinitionen
  - 1.3 Kriterien des Führungserfolges

2. Führungstheorien im Wandel der Zeit
  - 2.1 Die Eigenschaftstheorie
  - 2.2 Führungsstil und -person
  - 2.3 Berücksichtigung der Situation
  - 2.4 Systemische Führung
  - 2.5 Symbolische Führung
  - 2.6 Transaktionale und transformationale Führung
  - 2.7 Empirische Befunde und Fazit: Führung im Spannungsfeld
3. Neue Leadership Ansätze
  - 3.1 VUCA und Leadership
  - 3.2 Empowering Leadership
  - 3.3 Soziokratie und Holakratie
4. Belastungen, Work-Life-Balance und Selbstmanagement
  - 4.1 Belastungen
  - 4.2 Work-Life-Balance
  - 4.3 Selbstmanagement
5. Motivation, Kommunikation und Beurteilung
  - 5.1 Motivation
  - 5.2 Kommunikation
  - 5.3 Beurteilung
6. Teams und Organisation
  - 6.1 Führung von Teams
  - 6.2 Organisationskultur
  - 6.3 Shared Leadership
  - 6.4 Veränderungsmanagement
7. Aktuelle Trends und Debatten

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bass, B. M. (2008): The Bass Handbook of Leadership. 4. Auflage, Free Press, New York.
- Berkel, K. (2007): Integrativ Führen – Führung als Wertebalance. In: Westermann, F. (Hrsg.): Entwicklungsquadrat. Theoretische Fundierung und praktische Anwendungen. Reihe: Psychologie für das Personalmanagement, Hogrefe, Göttingen.
- Felfe, J. (Hrsg.) (2014): Trends der psychologischen Führungsforschung. Neue Konzepte, Methoden und Erkenntnisse. Reihe: Psychologie für das Personalmanagement, Hogrefe, Göttingen.
- Kals, E. (2006): Arbeits- und Organisationspsychologie. Workbook. Belz, Weinheim.
- Lang, R. / Rybnikova, I. (2014): Aktuelle Führungstheorien und -konzepte. Springer-Gabler, Wiesbaden.
- Nerdinger, F. W. (2000): Erfolgreich führen. Grundwissen, Strategien, Praxisbeispiele. Bertz Taschenbuch, Weinheim.
- Northouse, P. G. (2018): Leadership. Theory and Practice. 8. Auflage, Sage, Thousand Oaks.
- Rosenstiel, L. von/ Regnet, E./ Domsch, M. E. (Hrsg.) (2014): Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement. 7. Auflage, Schäfer Pöschel, Stuttgart.
- Schuler Heinz (Hrsg.) (2006): Lehrbuch der Personalpsychologie. 2. Auflage, Hogrefe, Göttingen.
- Stippler, M. et al. (Hrsg.) (2017): Führung. Überblick über Ansätze, Entwicklungen, Trends. 5. Auflage, Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.
- Weibler, J. (2016): Personalführung. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Yukl, G. (2013): Leadership in Organizations. 8. Auflage, Pearson, Edinburgh Gate.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

**Studienformat Berufsbegleitendes Studium**

<b>Studienform</b> Berufsbegleitendes Studium	<b>Kursart</b> Vorlesung
--	-----------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 90 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 30 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MMAN02-02

## Wirtschaftsethik und Corporate Governance

Modulcode: DLMGMWECG

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jürgen-Matthias Seeler (Wirtschaftsethik und Corporate Governance)

### Kurse im Modul

- Wirtschaftsethik und Corporate Governance (DLMGMWECG01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Studienformat: Berufsbegleitendes Studium

Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in Wirtschaftsethik und Corporate Governance
- Ethik Theorien
- Wirtschaftsethische Problembereiche und Lösungsansätze
- Grundlegende Perspektiven der Corporate Governance
- Überwachungskonzepte der Corporate Governance
- Verbindung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance

**Qualifikationsziele des Moduls****Wirtschaftsethik und Corporate Governance**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Grundbegriffe und Definitionen der Wirtschaftsethik zu erklären.
- die wichtigsten Theorien der Wirtschaftsethik zu unterscheiden.
- wirtschaftsethische Überzeugungen in die unternehmerische Praxis umzusetzen.
- unterschiedliche Verständnisse der Corporate Governance zu erklären.
- die Einflüsse wirtschaftsethischer Verständnisse auf die Corporate Governance aufzuzeigen.
- eigenständig anhand einer Hausarbeit die Beziehung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance an einem Beispiel aus der Unternehmenspraxis wissenschaftlich zu erörtern.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Volkswirtschaftslehre

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Wirtschaftsethik und Corporate Governance

Kurscode: DLMGMWECG01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Im Rahmen des Kurses „Wirtschaftsethik und Corporate Governance“ erstellen die Studierenden auf der Basis vorgegebener Themenvorschläge eine Hausarbeit, in der sie anhand eines Beispiels aus der Wirtschaftspraxis und wissenschaftlich fundiert die Beziehung zwischen Wirtschaftsethik und Corporate Governance aufzeigen. Die Studierenden zeigen dabei die Fähigkeit, sich eigenständig in die Thematik einzuarbeiten, wissenschaftliche Theorie und unternehmerische Praxis zu verknüpfen und ihre gewonnenen Erkenntnisse strukturiert zu dokumentieren und zu präsentieren.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Grundbegriffe und Definitionen der Wirtschaftsethik zu erklären.
- die wichtigsten Theorien der Wirtschaftsethik zu unterscheiden.
- wirtschaftsethische Überzeugungen in die unternehmerische Praxis umzusetzen.
- unterschiedliche Verständnisse der Corporate Governance zu erklären.
- die Einflüsse wirtschaftsethischer Verständnisse auf die Corporate Governance aufzuzeigen.
- eigenständig anhand einer Hausarbeit die Beziehung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance an einem Beispiel aus der Unternehmenspraxis wissenschaftlich zu erörtern.

## Kursinhalt

1. Einführung in Wirtschaftsethik und Corporate Governance
  - 1.1 Definitionen und Gegenstand der Wirtschaftsethik
  - 1.2 Definitionen und Gegenstand der Corporate Governance
  - 1.3 Generelle Beziehung zwischen Wirtschaftsethik und Corporate Governance
2. Ethik-Theorien
  - 2.1 Wesen und Nutzen von Ethik-Theorien
  - 2.2 Deontologie und Utilitarismus im Vergleich
  - 2.3 Ableitung wirtschaftsethischer Konzepte aus Ethik-Theorien

3. Wirtschaftsethische Problembereiche und Lösungsansätze
  - 3.1 Kategorisierung wirtschaftsethischer Probleme
  - 3.2 Bausteine eines unternehmerischen Ethik-Programms
  - 3.3 Maßnahmen zur Ethik-Implementierung
4. Grundlegende Perspektiven der Corporate Governance
  - 4.1 Begriff und Anwendungsfokus der Corporate Governance
  - 4.2 Unterschiede in den Zugängen zur Corporate Governance
  - 4.3 Der Überwachungsbegriff und seine Auslegung
5. Überwachungskonzepte der Corporate Governance
  - 5.1 Governance-Mechanismen
  - 5.2 Governance-Systeme
  - 5.3 Corporate Governance Codes
6. Verbindung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance
  - 6.1 Zusammenspiel von Wirtschaftsethik und Corporate Governance
  - 6.2 Bausteine einer ethikorientierten Corporate Governance
  - 6.3 Führung im Kontext ethikorientierter Corporate Governance

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Rossouw, D./van Vuuren, L. (2018): Business Ethics. 6. Auflage, Oxford University Press, SA.
- Schnebel, E. (2017): Wirtschaftsethik im Management. Rationalität und Verantwortung in organisationalen Handlungen. Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Welge, M. K./Eulerich, M. (2012): Corporate-Governance-Management. Theorie und Praxis der guten Unternehmensführung. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Clarke, T./Branson, D. (Hrsg.) (2012): The Sage Handbook of Corporate Governance. Sage, London.
- Müller-Seitz, G./Braun, T. (2013): Erfolgreich Abschlussarbeiten verfassen im Studium der BWL und VWL. Pearson, Halbergmoos.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 110 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 20 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 20 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

**Studienformat Berufsbegleitendes Studium**

<b>Studienform</b> Berufsbegleitendes Studium	<b>Kursart</b> Vorlesung
--	-----------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 110 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 20 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 20 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

## Forschungsmethodik

Modulcode: DLMMET-01

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Julia Pitters (Forschungsmethodik)

### Kurse im Modul

- Forschungsmethodik (MMET01-01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in Wissenschaftstheorien
- Voraussetzungen für quantitatives Messen und Testen
- Grundlagen der qualitativen Forschung

**Qualifikationsziele des Moduls****Forschungsmethodik**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- unterschiedliche Annahmen und Herangehensweisen qualitativer und quantitativer Forschung zu kategorisieren.
- die methodologischen Voraussetzungen zu bestimmen, die bei der quantitativen Messung und Testung spezifischer Konstrukte gegeben sein müssen.
- die jeweiligen quantitativen Skalen und Indikatoren zielgerichtet in eigener Forschung einzusetzen.
- verschiedene qualitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren voneinander zu differenzieren und in eigener Forschung anzuwenden.
- spezielle Probleme bei der Durchführung von Forschungsstudien zu analysieren und kennen diesbezügliche Lösungsmöglichkeiten, um eine optimale Durchführung von Forschung realisieren zu können.
- die Qualität von Forschungsvorhaben hinsichtlich quantitativer und qualitativer Gütekriterien bewerten zu können.
- Konzeptionen der Forschung im Hinblick auf Forschungsphilosophie, Forschungsansatz und ethischen Aspekten zu bewerten.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für alle weiteren Module im Bereich Methoden.

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Forschungsmethodik

Kurscode: MMET01-01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Kurs vermittelt in kritischer Weise zuerst den wissenschaftstheoretischen Hintergrund und die Terminologie der entsprechenden forschungstheoretischen Paradigmen, um den Studierenden die unterschiedliche Herangehensweise qualitativer und quantitativer Methodik verständlich zu machen. Dabei werden die unterschiedlichen Perspektiven der Wissenschaftstheorie in die Betrachtung einbezogen. Aufbauend auf die Skalenniveaus, lernen die Studierenden die Annahmen der klassischen sowie der probabilistischen Testtheorie kennen, um auf deren Basis die Anforderungen an Forschungsmethoden im Sinne der Qualitätskriterien sowie die Notwendigkeit der Bildung verschiedener Skalentypen und Indikatoren nachvollziehen zu können. Die wichtigen Aspekte der Konzeption der Forschung, ausgehend von der Forschungsphilosophie bis hin zu ethischen Dimensionen der Forschung werden verknüpft mit der Betrachtung von quantitativer und qualitativer Forschung um letztendlich deren Verbindung der Triangulation aufzuzeigen. Wichtig bei den Untersuchungsdesigns ist es, deren Güte in der Umsetzung festzustellen, sodass Gütekriterien sowohl bei qualitativer als auch bei quantitativer Forschung im Fokus stehen. Den Abschluss bilden Methoden der Datengenerierung und Methoden der Datenanalyse von qualitativer Forschung. Dabei werden die bedeutsamen Methoden der Datenanalyse wie die Inhaltsanalyse, Grounded Theorie und die Diskursanalyse sowohl theoretisch als auch praxisorientiert näher gebracht und den Studierenden die Möglichkeit eingeräumt, besondere Interviewformen – wie das fokussierte Interview oder das narrative Interview – neben der theoretischen Beschäftigung auch in der konkreten Umsetzung wahrzunehmen, aber auch Beobachtung und Feldnotizen zu betrachten.

**Kursziele**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- unterschiedliche Annahmen und Herangehensweisen qualitativer und quantitativer Forschung zu kategorisieren.
- die methodologischen Voraussetzungen zu bestimmen, die bei der quantitativen Messung und Testung spezifischer Konstrukte gegeben sein müssen.
- die jeweiligen quantitativen Skalen und Indikatoren zielgerichtet in eigener Forschung einzusetzen.
- verschiedene qualitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren voneinander zu differenzieren und in eigener Forschung anzuwenden.
- spezielle Probleme bei der Durchführung von Forschungsstudien zu analysieren und kennen diesbezügliche Lösungsmöglichkeiten, um eine optimale Durchführung von Forschung realisieren zu können.
- die Qualität von Forschungsvorhaben hinsichtlich quantitativer und qualitativer Gütekriterien bewerten zu können.
- Konzeptionen der Forschung im Hinblick auf Forschungsphilosophie, Forschungsansatz und ethischen Aspekten zu bewerten.

**Kursinhalt**

1. Wissenschaftliche Grundlagen
  - 1.1 Grundlegende Vorstellungen in der Wissenschaft
  - 1.2 Von der Idee zum Forschungsvorhaben
  - 1.3 Erklärungsansätze in der Wissenschaft
2. Perspektiven in der Wissenschaftstheorie
  - 2.1 Vom logischen Empirismus zum kritischen Rationalismus
  - 2.2 Konstruktivismus
  - 2.3 Methodischer Anarchismus
3. Quantitatives Messen mit der klassischen und probabilistischen Testtheorie
  - 3.1 Skalenniveaus und die Unterscheidung manifester und latenter Merkmale
  - 3.2 Klassische Testtheorie
  - 3.3 Probabilistische Testtheorie
4. Grundlegende Konzepte der Itembildung
  - 4.1 Skalierungsverfahren
  - 4.2 Indexbildung
5. Konzeption der Forschung
  - 5.1 Wissenschaftstheorie und Forschungsprozess
  - 5.2 Ethische Aspekte der Forschung – Forschungsethik

6. Untersuchungsdesign
  - 6.1 Der qualitative und der quantitative Ansatz
  - 6.2 Die Dichotomie von „quantitativ versus qualitativ“ – eine Begriffsbestimmung
7. Prüfung der Gütekriterien in der quantitativen und qualitativen Forschung
  - 7.1 Das Gütekriterium Objektivität
  - 7.2 Das Gütekriterium Reliabilität
  - 7.3 Das Gütekriterium Validität
8. Durchführen qualitativer Forschung
  - 8.1 Methoden der Datengenerierung
  - 8.2 Besondere Interviewformen
9. Methoden der qualitativen Analyse
  - 9.1 Inhaltsanalyse
  - 9.2 Grounded Theory
  - 9.3 Diskursanalyse

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Bortz, J./Döring, N. (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Diekmann, A. (2007): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 4. Auflage, Rowohlt, Reinbek.
- Kromrey, H. (2009): Empirische Sozialforschung. 12. Auflage, UTB, Stuttgart.
- Lamnek, S. (2010): Qualitative Sozialforschung. 5. Auflage, Beltz, Weinheim.
- Mayring, P. (2002): Einführung in die Qualitative Sozialforschung. 5. Auflage, Beltz, Weinheim.
- Mayring, P. (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11. Auflage, Beltz, Weinheim.
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E. (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 8. Auflage, Oldenbourg, München.
- Sedlmeier, P./Renkewitz, F. (2007): Forschungsmethoden und Statistik in der Psychologie. Pearson Studium, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

## Angewandte Statistik

Modulcode: DLMAST

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Cordula Kreuzenbeck (Angewandte Statistik)

### Kurse im Modul

- Angewandte Statistik (MMET02)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

- Daten und Statistik
- Wahrscheinlichkeitsverteilungen und ihre Maße
- Philosophie des Schätzens
- Philosophie des Testens
- Bivariate Analysemethoden
- Korrelationsanalyse
- Regressionsanalyse
- Multivariate Analysemethoden

**Qualifikationsziele des Moduls****Angewandte Statistik**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle und Bedeutung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse zu erkennen und zu erklären.
- die Relevanz von Daten zur Prozesssteuerung und Beantwortung strategischer Fragestellungen zu verstehen.
- statistische Methoden im Gesamtkontext konkreter Problemstellungen einzusetzen.
- statistische Problemstellungen unter Verwendung spezieller statistischer Software-Pakete zu lösen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Methoden.

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management.

# Angewandte Statistik

Kurscode: MMET02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Im Berufsalltag werden kontinuierlich enorme Mengen von Daten generiert, bspw. im Rahmen von Produktions-, Fertigungs- und Steuerungsprozessen. Das Fachgebiet der Statistik ist in diesem Zusammenhang eine nützliche Disziplin, die es dem Anwender ermöglicht, diese Daten zu analysieren und auszuwerten, um so an den Informationsgehalt der zugrundeliegenden Daten zu gelangen. Diese Informationen können einen wertvollen Beitrag zur Kontrolle oder Optimierung der zugrundeliegenden Prozesse ermöglichen, bzw. helfen, strategische Entscheidungen zu unterstützen. Dabei werden sowohl Methoden der beschreibenden und der schließenden Statistik uni-, bi- und multivariat betrachtet unter Bezugnahme der Wahrscheinlichkeitstheorie.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle und Bedeutung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse zu erkennen und zu erklären.
- die Relevanz von Daten zur Prozesssteuerung und Beantwortung strategischer Fragestellungen zu verstehen.
- statistische Methoden im Gesamtkontext konkreter Problemstellungen einzusetzen.
- statistische Problemstellungen unter Verwendung spezieller statistischer Software-Pakete zu lösen.

## Kursinhalt

1. Daten und Statistik
  - 1.1 Anwendung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Problemstellungen
  - 1.2 Vorgehensweise in Wissenschaft und Praxis
  - 1.3 Linearer versus zirkulärer Forschungsprozess
  - 1.4 (Fehl-) Anwendungen im Bereich der Statistik

2. Wahrscheinlichkeitsverteilungen und ihre Maße
  - 2.1 Grundbegriffe der Statistik
  - 2.2 Lagemaße statistischer Verteilungen
  - 2.3 Streuungsmaße statistischer Verteilungen
  - 2.4 Zufallsvariablen
  - 2.5 Normalverteilung
3. Philosophie des Schätzens
  - 3.1 Punktschätzung des Mittelwertes
  - 3.2 Intervallschätzung für den Mittelwert
  - 3.3 Intervallschätzung für den Anteil
  - 3.4 Bestimmung der Stichprobengröße
4. Philosophie des Testens
  - 4.1 Nullhypothesen und Alternativhypothesen
  - 4.2 Fehlerarten beim statistischen Testen und Bestimmung der Stichprobengröße unter deren Berücksichtigung
  - 4.3 Hypothesentests zum Mittelwert bei bekannter Varianz der Grundgesamtheit
  - 4.4 Hypothesentests zum Mittelwert bei unbekannter Varianz der Grundgesamtheit
5. Bivariate Analysemethoden
  - 5.1 Modellbildung
  - 5.2 Kontingenz- und Assoziationsanalyse
  - 5.3 Überblick über die Korrelationsanalyse
6. Korrelationsanalyse
  - 6.1 Kovarianz
  - 6.2 Pearsons Korrelationskoeffizient
  - 6.3 Spearmans Rangkorrelationskoeffizient
7. Regressionsanalyse
  - 7.1 Einfaches Regressionsmodell
  - 7.2 Güte der Regressionsgeraden
  - 7.3 Kodierung von unabhängigen kategorialen Variablen
  - 7.4 Binäres logistisches Regressionsmodell

8. Multivariate Analysemethoden
  - 8.1 Überblick über multivariate Analysemethoden
  - 8.2 Multiples Regressionsmodell und deren Voraussetzung
  - 8.3 Varianten von Regressionsmodellen
  - 8.4 Cluster- und Faktorenanalyse

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- von Auer, L. (2016): Ökonometrie. Eine Einführung. 7. Auflage, Springer, Berlin.
- Backhaus, K. et al. (2015): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. 14. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Chiang, A.C./Wainright, K. (2005): Fundamental Methods of Mathematical Economics. McGraw-Hill, New York.
- Fahrmeir, L. et al. (2016): Statistik. Der Weg zur Datenanalyse. 8. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Falk, M./Becker, R./Marohn, F. (2004): Angewandte Statistik. Eine Einführung mit Programmbeispielen in SAS. Springer, Heidelberg.
- Hartung, J./Elpelt, B. / Klösener, K. (2012): Statistik. 15. Auflage. Oldenborg, München.
- Kleinbaum, D. G/Klein, M. (2010): Logistic Regression. A Self-Learning Text (Statistics for Biology and Health). 3. Auflage, Springer, Heidelberg.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

## Rechnungslegung und Bilanzpolitik

Modulcode: DLMFATRLB

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gerhard Sälzer (Rechnungslegung und Bilanzpolitik)

### Kurse im Modul

- Rechnungslegung und Bilanzpolitik (DLMBACCE02\_D)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

- Vorbereitung der Rechnungslegung
- Optimierung von Forderungen und Bestand
- Optimierung von Verbindlichkeiten und Eigenkapital
- Aktuelle Fragen der Finanzbuchhaltung
- Bewertung von Unternehmen
- Kapitalbudgetierung 154
- Finanzmodellierung und Bewertung

**Qualifikationsziele des Moduls****Rechnungslegung und Bilanzpolitik**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ausgewählte Management- und Finanzbuchhaltungsfragen zu erklären.
- relevante Themen, die kennzeichnend für den Bereich der Finanzbuchhaltung eines Unternehmens sind, zu analysieren.
- spezifische Aufgaben eines CFO im Hinblick auf die verschiedenen Funktionen der Finanzbuchhaltung und des Finanzmanagements zu identifizieren und zu erklären.
- die regulatorischen Veränderungen nach der Wirtschaftskrise, z.B. Basel III, zu beschreiben und deren Auswirkungen auf die Finanzbuchhaltung und –kontrolle zu identifizieren.
- die jüngsten Entwicklungen bezüglich der IFRS zu diskutieren.
- Prozesse und Strategiepläne zu entwickeln, die die zunehmende Bedeutung der Optimierung des Betriebskapitals und der Kapitalumstrukturierung anerkennen.
- die Funktionen von Finanzleitern oder Controllern in einem multinationalen Unternehmen zu identifizieren.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Finanzen & Steuern

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

# Rechnungslegung und Bilanzpolitik

Kurscode: DLMBACCE02\_D

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Die Unternehmensbuchhaltung und die Finanzbuchhaltung ändern sich ständig und passen sich den internen und externen Umständen an. Die Finanzbuchhaltung nach IFRS entwickelt sich stets weiter und so gibt es laufend Entwicklungen bei den Regelungen und dem Instrumentarium der Buchhaltung für das Finanzmanagement. Nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2008 hat sich die Buchhaltung durch die Einführung zusätzlicher Vorschriften und Betriebsanforderungen erheblich verändert. Dieser Kurs gibt den Studierenden einen Einblick in ausgewählte Themen und liefert praktische Beispiele in der Unternehmensbuchhaltung und Finanzbuchhaltung. Die Studierenden werden in die spezifischen Aufgaben eines CFO in Bezug auf die Buchhaltung und das Finanzmanagement eingeführt. Der Kurs ermöglicht es den Teilnehmenden ein vertieftes Verständnis für die Optimierung des Betriebskapitals und der Kapitalumstrukturierung zu erlangen. Schließlich werden die Studierenden ihre Kenntnisse im Bereich Finanz- und Unternehmensbuchhaltung in einer integrierten Finanzmodellierungsübung anwenden.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ausgewählte Management- und Finanzbuchhaltungsfragen zu erklären.
- relevante Themen, die kennzeichnend für den Bereich der Finanzbuchhaltung eines Unternehmens sind, zu analysieren.
- spezifische Aufgaben eines CFO im Hinblick auf die verschiedenen Funktionen der Finanzbuchhaltung und des Finanzmanagements zu identifizieren und zu erklären.
- die regulatorischen Veränderungen nach der Wirtschaftskrise, z.B. Basel III, zu beschreiben und deren Auswirkungen auf die Finanzbuchhaltung und –kontrolle zu identifizieren.
- die jüngsten Entwicklungen bezüglich der IFRS zu diskutieren.
- Prozesse und Strategiepläne zu entwickeln, die die zunehmende Bedeutung der Optimierung des Betriebskapitals und der Kapitalumstrukturierung anerkennen.
- die Funktionen von Finanzleitern oder Controllern in einem multinationalen Unternehmen zu identifizieren.

**Kursinhalt**

1. Vorbereitung der Rechnungslegung
  - 1.1 Konzepte der Rechnungsabgrenzungsposten für die Erfassung von Transaktionen
  - 1.2 Anpassungen am Ende der Periode und die Verwendung von Buchhaltungsveranschlagungen
  - 1.3 Erstellung der Rechnungslegung und der klassifizierten Bilanzaufstellung
  - 1.4 Die periodengerechte Rechnungslegung und die Interpretation von Jahresabschlüssen
  - 1.5 Finanzanalyse und Liquidität des Unternehmens: Liquiditätsgrad und Liquidität zweiten und dritten Grades
2. Optimierung von Forderungen und Bestand
  - 2.1 Forderungen und uneinbringliche Forderungen
  - 2.2 Buchhaltung für Forderungen und uneinbringliche Forderungen
  - 2.3 Klassifizierung der Bestände
  - 2.4 Annahmen zu den Bestandskostenflüssen und deren Auswirkungen auf die Rechnungslegung
  - 2.5 Finanzanalyse: Debitoren- und Bestandsumschlagszahlen
3. Optimierung von Verbindlichkeiten und Eigenkapital
  - 3.1 Finanzierung über kurzfristige Verbindlichkeiten, Wechselverbindlichkeiten und Rücklagen
  - 3.2 Langfristige Finanzquellen
  - 3.3 Fremd- und Eigenkapitalfinanzierung und Aktienrendite
  - 3.4 Bilanzanalyse anhand des Kurs-Gewinn-Verhältnisses
4. Aktuelle Fragen der Finanzbuchhaltung
  - 4.1 Internationale Finanzberichterstattungsnormen (IFRS)
  - 4.2 Prinzipien-basierte vs. Regel-basierte Standards und IFRS-Fair-Value-Messungen
  - 4.3 Spezifische IFRS-Normen
  - 4.4 Präsentation des Jahresabschlusses nach IFRS
  - 4.5 Integrierte Ertragserfassung und die Auswirkungen der Einführung von IFRS
5. Bewertung von Unternehmen
  - 5.1 Finanzberichte und Bewertung
  - 5.2 Abgrenzung und Bewertung: Preisgestaltung Bilanzwert
  - 5.3 Abgrenzung und Bewertung: Preisgestaltung Einkünfte
  - 5.4 Methoden zur Unternehmensbewertung in der Praxis
  - 5.5 Unternehmensumstrukturierung, Corporate Governance und die Rolle des Wirtschaftsprüfers bei der Unternehmensbewertung

6. Kapital-Budgetierung
  - 6.1 Entscheidungen zur Kapitalbudgetierung
  - 6.2 Undiskontierungsmodelle: Rückzahlungs- und Abrechnungsrate
  - 6.3 Rabattmodelle: Die Kapitalwertmethode (NPV) und der interne Zinsfuß (IRR)
  - 6.4 NPV vs. IRR für die Auswahl gegenseitig ausschließender Projekte
  - 6.5 Grundlagen der Modellierung der Kapitalbudgetierung
7. Finanzielle Modellierung und Bewertung
  - 7.1 Verwendung von Annahmen und Aufbau eines Finanzmodells
  - 7.2 Analyse, Bewertung und Planung

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bank for International Settlements (2011): Basel III: A global regulatory framework for more resilient banks and banking systems. [URL: <http://www.bis.org/publ/bcbs189.pdf> (retrieved 21.06.2016)].
- Bodmer, E. (2014): Corporate and project finance modelling. Theory and practice. John Wiley & Sons, New York, NY.
- Chapman, C. S./Hopwood, A. G./Shields, M. D. (2009): Handbook of management accounting research. 3rd ed., Elsevier, Amsterdam.
- Chew, D. H. (2001): The new corporate finance. Where theory meets practice. 3rd ed., McGraw-Hill, Boston, MA.
- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K. (2004): Financial theory and corporate policy. 4th ed., Addison-Wesley, Reading, MA.
- Cotter, D. (2012): Advanced financial reporting. A complete guide to IFRS. Financial Times Press, New York, NY.
- DePamphilis, D. (2015): Mergers, acquisitions, and other restructuring activities 8th ed., Academic Press, San Diego, CA, p. 592–627.
- Gaughan, P. A. (2015): Mergers, acquisitions, and corporate restructurings. 6th ed., John Wiley & Sons, Hoboken, NJ.
- Groot, T./Lukka, K. (2000): Cases in management accounting. Current practices in European companies. Pearson Education, New York City, NY.
- Jain, N.K. (2004): Working capital management. A.P.H. Publishing Cooperation, New Delhi, Delhi.
- Koller, T./Goedhart, M./Wessels, D. (2015): Valuation. Measuring and managing the value of companies. 6th ed., John Wiley and Sons, New York, NY.
- Sagner, J. (2014): Working capital management. Applications and case studies. John Wiley & Sons, New York, NY, p. 1–32, 89–141.
- Shefrin, H. (2005): Behavioral corporate finance. McGraw-Hill Boston, MA.
- Weston, F. J./Mitchell, M./Mulherin, H. (2003): Takeovers, restructuring and corporate governance. 4th ed., Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMBACCE02\_D

# Institutionenökonomik

Modulcode: MVOL2

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michael Grömling (Institutionenökonomik)

## Kurse im Modul

- Institutionenökonomik (MVOL02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

### Teilmodulprüfung

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

## Lehrinhalt des Moduls

- Historischer Hintergrund
- Grundlagen
- Elemente
- Ausprägungen

**Qualifikationsziele des Moduls****Institutionenökonomik**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- auf Basis der erlernten Inhalte zu den Wurzeln und den theoretischen Grundannahmen der Institutionenökonomik ein Grundgerüst für die Erklärung für das Zustandekommen von Institutionen und Verträgen zu bauen.
- Gesetze, Regeln und Normen ebenso wie institutionelle Arrangements (z. B. Unternehmen oder Vertragsformen) ökonomisch zu analysieren.
- die wichtigsten Theoriestränge der Neuen Institutionenökonomik zu erläutern und diese kritisch zu hinterfragen.
- jedweden ökonomischen Sachverhalt mit dem Instrumentarium der Institutionenökonomik zu analysieren und zu bewerten und solche Analysen auch auf neue Anwendungsgebiete zu übertragen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Volkswirtschaftslehre.

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management.

# Institutionenökonomik

Kurscode: MVOL02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Die Institutionenökonomik hat in den letzten Jahrzehnten die Volkswirtschaftslehre insofern verändert, als dass sie die Frage beantwortet, inwieweit Institutionen und institutionelle Rahmenbedingungen das wirtschaftliche Verhalten beeinflussen. Nach der Beschreibung der historischen Wurzeln der Institutionenökonomik, die vorwiegend in der Österreichischen Schule und im Ordoliberalismus zu suchen sind, legt die Veranstaltung zunächst die Grundannahmen der Institutionenökonomik offen. In diesem Zusammenhang werden der Subjektivität menschlichen Handelns und der rationalen Entscheidungsfindung besondere Bedeutung eingeräumt. Auf dieser Grundlage entwickelt der Kurs ein Analyse- und Beurteilungsraster für das Zustandekommen von Institutionen und Verträgen und beschreibt die wesentlichen Interpretationswege, mithilfe derer die menschlichen Verhaltensweisen im Allgemeinen und ökonomische Tatbestände im Besonderen analysiert werden können. Abschließend werden Teilaspekte der Neuen Institutionenökonomik herausgegriffen und exemplarisch einer Analyse unterzogen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- auf Basis der erlernten Inhalte zu den Wurzeln und den theoretischen Grundannahmen der Institutionenökonomik ein Grundgerüst für die Erklärung für das Zustandekommen von Institutionen und Verträgen zu bauen.
- Gesetze, Regeln und Normen ebenso wie institutionelle Arrangements (z. B. Unternehmen oder Vertragsformen) ökonomisch zu analysieren.
- die wichtigsten Theoriestränge der Neuen Institutionenökonomik zu erläutern und diese kritisch zu hinterfragen.
- jedweden ökonomischen Sachverhalt mit dem Instrumentarium der Institutionenökonomik zu analysieren und zu bewerten und solche Analysen auch auf neue Anwendungsgebiete zu übertragen.

## Kursinhalt

1. Warum Institutionenökonomik?
  - 1.1 Institutionenökonomik und Neoklassik
  - 1.2 Vorläufer der Institutionenökonomik

2. Grundannahmen Institutionenökonomik
  - 2.1 Methodologischer Individualismus
  - 2.2 Beschränkte Rationalität
  - 2.3 Opportunismus
  - 2.4 Asymmetrische Information
  - 2.5 Koordinations- und Motivationsprobleme
3. Grundelemente der Institutionenökonomik
  - 3.1 Was sind Institutionen?
  - 3.2 Arten von Institutionen
  - 3.3 Wie entstehen Institutionen?
  - 3.4 Wie verändern sich Institutionen?
4. Transaktionskostenansatz
  - 4.1 Transaktionen und Transaktionskosten
  - 4.2 Arten von Transaktionskosten
  - 4.3 Höhe von Transaktionskosten
  - 4.4 Transaktionskosten, Verträge und institutionelle Arrangements
5. Property Rights-Theorie
  - 5.1 Property Rights und Eigentum
  - 5.2 Property Rights und Allokationseffizienz
  - 5.3 Externe Effekte
  - 5.4 Absicherung von Property Rights
6. Die Prinzipal Agent Theorie
  - 6.1 Grundannahmen der Prinzipal Agent Theorie
  - 6.2 Asymmetrische Informationsverteilung und Prinzipal Agenten Beziehung
  - 6.3 Lösung des Prinzipal Agenten Dilemmas
  - 6.4 Lösungsansätze bei Hidden Intention

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Blum, U. et al. (2005): Angewandte Institutionenökonomik. Theorie – Modelle- Evidenz. Gabler, Wiesbaden.
- Erlei, M./Leschke, M./Sauerland, D. (2007): Neue Institutionenökonomik. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Göbel, E. (2002): Neue Institutionenökonomik. Konzeption und betriebswirtschaftliche Anwendungen. UTB, Stuttgart.
- North, D. C. (2002): Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press, Cambridge.
- Richter, R./Furubotn, E. (2010): Institutionenökonomik. Einführung und kritische Würdigung. 3. Auflage, Mohr Siebeck, Tübingen.
- Voigt, S. (2009): Institutionenökonomik. 2. Auflage. UTB, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed





## 2. Semester

---



## Corporate Finance

Modulcode: MINR2

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michel Charifzadeh (Corporate Finance )

### Kurse im Modul

- Corporate Finance (MINR02)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Berufsbegleitendes Studium  
Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls**

- Portfolio- und Kapitalmarkttheorie
- Aktien- und Portfolioanalyse
- Die Diskussion um die optimale Kapitalstruktur
- Finanzierungsarten
- Investitionsrechenverfahren
- Unternehmensbewertung
- Corporate Control und M&A
- Spezielle M&A-Formen, Private Equity, Due Diligence und IPOs
- Corporate Governance
- Finanzplanung

**Qualifikationsziele des Moduls****Corporate Finance**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kernbestandteile von Corporate Finance zu erläutern.
- mit finanzmathematischen Methoden zu arbeiten.
- anhand ausgewählter Datensätze und Fallstudien die zuvor erlernten Methoden praxisnah anzuwenden.
- die Kapitalstrukturen eines Unternehmens, Investition und notwendige Finanzierung zu erklären.
- die üblichen Methoden der Unternehmensbewertung anzuwenden und die Grundzüge von Mergers & Acquisitions darzustellen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Finanzen & Steuern

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Corporate Finance

Kurscode: MINR02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Wie lässt sich die Unternehmenstätigkeit finanzieren? Wie viel Fremd- und wie viel Eigenkapital ist nötig? Welche Investitionsprojekte lohnen sich? Wie viel ist das Unternehmen wert? Welche Finanzmärkte und -instrumente gibt es? Wie werden die Ziele Liquidität, Sicherheit, Rendite und Wachstum optimal aufeinander abgestimmt? Auf diese und weitere Fragen zu Finanzierung und Investition gibt dieser Kurs umfassend Antwort. Der Kurs beginnt mit einer Einleitung ins Thema, die sich mit Portfolio- und Kapitalmarkttheorie auseinandersetzt. Darauf aufbauend wird detailliert auf Finanzierungsarten und Kapitalstruktur eingegangen. Weiterhin werden die üblichen Verfahren zur Investitionsrechnung und zur Unternehmensbewertung, beispielsweise die Discounted Cashflow-Methode, dargestellt und exemplarische Berechnungen dazu durchgeführt. Ein weiterer Schwerpunkt des Kurses liegt im Thema Mergers & Acquisitions. Anhand von Fallbeispielen werden die beteiligten Parteien und Erfolgskriterien dargestellt. Der Kurs schließt ab mit dem Thema Finanzplanung.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kernbestandteile von Corporate Finance zu erläutern.
- mit finanzmathematischen Methoden zu arbeiten.
- anhand ausgewählter Datensätze und Fallstudien die zuvor erlernten Methoden praxisnah anzuwenden.
- die Kapitalstrukturen eines Unternehmens, Investition und notwendige Finanzierung zu erklären.
- die üblichen Methoden der Unternehmensbewertung anzuwenden und die Grundzüge von Mergers & Acquisitions darzustellen.

## Kursinhalt

1. Portfolio- und Kapitalmarkttheorie
  - 1.1 Kapitalmärkte und Informationseffizienz
  - 1.2 Portfoliotheorie
  - 1.3 Das CAPM-Modell
2. Aktien- und Portfolioanalyse
  - 2.1 Risiko- und Performancemaße
  - 2.2 Aktienanalyse

3. Die Diskussion um die optimale Kapitalstruktur
  - 3.1 Kapitalstruktur nach der traditionellen These
  - 3.2 Kapitalstruktur nach Modigliani/Miller
  - 3.3 Neoinstitutionelles Kapitalstrukturmodell
4. Finanzierungsarten
  - 4.1 Kreditfinanzierung
  - 4.2 Beteiligungsfinanzierung
  - 4.3 Spezielle Finanzierungsinstrumente
5. Investitionsrechenverfahren
  - 5.1 Grundlagen
  - 5.2 Statische Investitionsrechenverfahren
  - 5.3 Dynamische Investitionsrechenverfahren
6. Unternehmensbewertung
  - 6.1 Anlass, Zweck und Methoden der Unternehmensbewertung
  - 6.2 Discounted Cashflow-Verfahren
  - 6.3 WACC-Verfahren
7. Corporate Control und M&A
  - 7.1 Der „Market for Corporate Control“: Mergers & Acquisitions
  - 7.2 Motive bei M&A-Transaktionen
  - 7.3 Phasen bei M&A-Transaktionen
8. Spezielle M&A-Formen, Private Equity, Due Diligence und IPOs
  - 8.1 Due Diligence
  - 8.2 Friendly & hostile takeovers, LBOs, MBOs und MBIs, IPOs
  - 8.3 Private Equity und Beteiligungsgesellschaften
9. Corporate Governance
  - 9.1 Interne und externe Corporate Governance
  - 9.2 Gesetzliche Grundlagen: Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) und der Sarbanes-Oxley Act
  - 9.3 Auswirkung auf die Unternehmensperformance und Bedeutung der Eigentümerstruktur

10. Finanzplanung
  - 10.1 Grundlagen der Finanzplanung
  - 10.2 Kapitalbedarfsplanung
  - 10.3 Finanzkontrolle

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Brealey, R. A./Myers, C. M./Allen, F. (2013): Principles of Corporate Finance. 11. Auflage, McGraw-Hill, New York City.
- Ernst, D./Häcker, J. (2011): Applied International Corporate Finance. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Schmeisser, W. (2010): Corporate Finance and Risk Management. Oldenbourg, München.
- Volkart, R. (2014): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 6. Auflage, Versus, Zürich.

**Studienformat Berufsbegleitendes Studium**

<b>Studienform</b> Berufsbegleitendes Studium	<b>Kursart</b> Vorlesung
--	-----------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MINR02

# Internationale Rechnungslegung

Modulcode: DLMINRL

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michael Charifzadeh (Internationale Rechnungslegung)

## Kurse im Modul

- Internationale Rechnungslegung (MINR01-02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

### Teilmodulprüfung

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

## Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen der IFRS
- Sachanlagevermögen
- Immaterielle Vermögenswerte
- Finanzinstrumente und Hedge Accounting
- Vorräte
- Erlöserfassung und Fertigungsaufträge
- Rückstellungen und latente Steuern
- Konzernrechnungslegung

**Qualifikationsziele des Moduls****Internationale Rechnungslegung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen internationalen Rechnungslegungsvorschriften und ihre grundlegenden Unterschiede zur Rechnungslegung nach HGB zu verstehen.
- Geschäftsberichte zu analysieren, die gemäß IFRS erstellt worden sind.
- selbstständig wesentliche Elemente der Bilanzierung gemäß IFRS durchzuführen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Finanzen & Steuern

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Internationale Rechnungslegung

Kurscode: MINR01-02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Wirtschaftliche Aktivitäten und Kapitalmärkte haben sich in den letzten Jahren zunehmend international entwickelt und damit einhergehend auch die Notwendigkeit, finanzielle Information entsprechend aufzuarbeiten und darzustellen. Es gibt jedoch bis heute keine global anerkannten internationalen Rechnungslegungsvorschriften. Auch zahlreiche deutsche Unternehmen und Konzerne sind weltweit tätig. Aus diesem Grund ist eine externe Rechnungslegung erforderlich, die sowohl international vergleichbar ist als auch internationale Akzeptanz genießt. Dieser Kurs vermittelt die Grundlagen der Rechnungslegung nach den International Financial Reporting Standards (IFRS). In der Einführung zum Kurs werden die Problematik in Bezug auf sowie die Gründe für eine international angelegte Rechnungslegung vermittelt. Darauf aufbauend wird die Harmonisierung der Rechnungslegung erläutert. Ein Schwerpunkt des Kurses liegt in der Bilanzierung von verschiedenen Elementen nach IFRS. Im Weiteren wird auf die Besonderheiten der Konzernrechnungslegung eingegangen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen internationalen Rechnungslegungsvorschriften und ihre grundlegenden Unterschiede zur Rechnungslegung nach HGB zu verstehen.
- Geschäftsberichte zu analysieren, die gemäß IFRS erstellt worden sind.
- selbstständig wesentliche Elemente der Bilanzierung gemäß IFRS durchzuführen.

## Kursinhalt

1. Grundlagen der IFRS
  - 1.1 Internes und externes Rechnungswesen
  - 1.2 Arten von Abschlüssen und Aufstellungspflichten
  - 1.3 Aufbau der International Financial Reporting Standards
  - 1.4 Abschlusskomponenten
2. Sachanlagevermögen
  - 2.1 Anwendungsbereich, Ansatz und Bewertung
  - 2.2 Bilanzielle Besonderheiten und Ausweis

3. Immaterielle Vermögenswerte
  - 3.1 Grundsätzliche Erfassung von Ausgaben für immaterielle Ressourcen, Ansatz und Bewertung
  - 3.2 Bilanzielle Besonderheiten, Ausweis und Beispiele
4. Finanzinstrumente und Hedge Accounting
  - 4.1 Grundlagen von Finanzinstrumenten und deren Bewertung
  - 4.2 Kategorisierung und Bewertung von Finanzinstrumenten
  - 4.3 Hybride Finanzinstrumente, Wertberichtigung, Ausbuchung und Ausweis
  - 4.4 Hedge Accounting
5. Vorräte
  - 5.1 Ansatz, Bewertung und Ausweis von Vorratsvermögen
  - 5.2 Folgebewertung von Vorräten
6. Erlöserfassung und Fertigungsaufträge
  - 6.1 Erlöserfassung
  - 6.2 Fertigungsaufträge
7. Rückstellungen und latente Steuern
  - 7.1 Rückstellungen
  - 7.2 Latente Steuern
8. Konzernrechnungslegung
  - 8.1 Konzerne und Unternehmenszusammenschlüsse
  - 8.2 Konsolidierung

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Ballwieser, W. (2013): IFRS Rechnungslegung. Konzept, Regeln und Wirkungen. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Buchholz, R. (2017): Internationale Rechnungslegung. Die wesentlichen Vorschriften nach IFRS und HGB – mit Aufgaben und Lösungen. 13. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W. (2016): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 24. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Küting, K./Weber, C.-P. (2012): Der Konzernabschluss. Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS. 13. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 90 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 30 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MINR01-02

## Performance Measurement

Modulcode: DLMBPMD

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Dr. Jens Radde (Performance Measurement)

### Kurse im Modul

- Performance Measurement (DLMBPMD01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Berufsbegleitendes Studium  
Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

- Performance Measurement Konzepte
- Ansätze zur Messung finanzieller Performance
- Haupttreiber finanzieller und operativer Performance

### Qualifikationsziele des Moduls

#### Performance Measurement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Herkunft und Entwicklungsgeschichte der Performance Measurement Theorie wiederzugeben und zu erklären, wie diese das heutige Performance Measurement geformt hat.
- die finanzielle Performance eines Unternehmens auf Basis von Daten der Buchhaltung und des Jahresabschlusses zu berechnen (wie Eigenkapitalrendite, Gesamtkapitalrendite, Return on Investment, Gewinn je Aktie, Bruttogewinnmarge, etc.).
- den Economic Value Added (EVA) Ansatz zu erklären und diese Kennzahl auf Basis von Unternehmensdaten zu berechnen.
- Haupttreiber der operativen Performance zu identifizieren, insbesondere Qualität, Zuverlässigkeit, Geschwindigkeit, Kosten und Flexibilität.
- Performance Kennzahlen für Kundenzufriedenheit und Absatzplanungen zu berechnen und diese mit den übergeordneten Performance Zielen des Performance Measurement Systems zu verbinden.
- eine Kundenprofitabilitäts-Analyse unter Anwendung des Activity-Based Costing Ansatzes durchzuführen und den Customer Lifetime Value zu berechnen.
- eine Übersicht über Benchmarking-Strategien zu geben und den Begriff Intellectual Capitals zu erklären.
- eine Performance einer Organisation mit Hilfe der folgenden Ansätze zu berechnen: Balanced Scorecard, EFQM Excellence Model, Performance Prism und SMART Pyramid.
- Stärken und Schwächen verschiedener Performance Kennzahlen und Modelle zu bewerten.

#### Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management

#### Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Performance Measurement

Kurscode: DLMBPMD01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Nachdem ein Unternehmen seine strategischen Ziele festgesetzt hat, steht das Management des Unternehmens vor der Herausforderung diese in die Praxis umzusetzen. Performance Measurement und Performance Management unterstützen in diesem Zusammenhang die Umsetzung von strategischen Zielen mit Hilfe von finanziellen und nicht-finanziellen Kennzahlen. Vor diesem Hintergrund lernen Studierende die Funktionen und Aufgaben von Performance Measurement und Performance Management als Teilaufgabe des allgemeinen Managements kennen. Darüber hinaus wird auch ein Verständnis verschiedener Aspekte des Performance-Begriffs vermittelt (z.B. finanzielle Performance-Treiber im Economic Value Added Ansatz, Bedeutung von Kunden im Customer Lifetime Value Modell, Analyse von Prozesstreibern als Teil eines kontinuierlichen Verbesserungsprogramms). Ein umfangreiches Verständnis von Konzepten zur Messung der finanziellen Performance ist eine zentrale Grundlage, um besser operative Performance-Treiber zu identifizieren und analysieren.

**Kursziele**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Herkunft und Entwicklungsgeschichte der Performance Measurement Theorie wiederzugeben und zu erklären, wie diese das heutige Performance Measurement geformt hat.
- die finanzielle Performance eines Unternehmens auf Basis von Daten der Buchhaltung und des Jahresabschlusses zu berechnen (wie Eigenkapitalrendite, Gesamtkapitalrendite, Return on Investment, Gewinn je Aktie, Bruttogewinnmarge, etc.).
- den Economic Value Added (EVA) Ansatz zu erklären und diese Kennzahl auf Basis von Unternehmensdaten zu berechnen.
- Haupttreiber der operativen Performance zu identifizieren, insbesondere Qualität, Zuverlässigkeit, Geschwindigkeit, Kosten und Flexibilität.
- Performance Kennzahlen für Kundenzufriedenheit und Absatzplanungen zu berechnen und diese mit den übergeordneten Performance Zielen des Performance Measurement Systems zu verbinden.
- eine Kundenprofitabilitäts-Analyse unter Anwendung des Activity-Based Costing Ansatzes durchzuführen und den Customer Lifetime Value zu berechnen.
- eine Übersicht über Benchmarking-Strategien zu geben und den Begriff Intellectual Capitals zu erklären.
- eine Performance einer Organisation mit Hilfe der folgenden Ansätze zu berechnen: Balanced Scorecard, EFQM Excellence Model, Performance Prism und SMART Pyramid.
- Stärken und Schwächen verschiedener Performance Kennzahlen und Modelle zu bewerten.

**Kursinhalt**

1. Performance Measurement als Teil des Managements
  - 1.1 Theorien vor 1950
  - 1.2 Theorien nach 1950
2. Performance aus finanzieller Sicht
  - 2.1 Überprüfung traditioneller Modelle der finanziellen Performance-Messung
  - 2.2 Der Economic Value Added (EVA) Ansatz
3. Treiber und Einflussfaktoren der operativen Performance
  - 3.1 Fünf operative Performance-Ziele
  - 3.2 Analyse von Performance-Treibern
4. Kundenrentabilitätsanalyse, Customer Lifetime Value und Benchmarking
  - 4.1 Kundenrentabilitätsanalyse
  - 4.2 Customer Lifetime Value
  - 4.3 Benchmarking

5. Bewertung und Management von intellektuellem Kapital
  - 5.1 Herausforderungen bei der Performance-Messung unter Berücksichtigung von intellektuellem Kapital
  - 5.2 Ansätze zur Bewertung und Messung von intellektuellem Kapital
6. Performance-Measurement-Konzepte
  - 6.1 Ziele von Performance-Measurement-Systemen
  - 6.2 Die Balanced Scorecard
  - 6.3 Performance Prism und SMART Pyramid
  - 6.4 European Foundation for Quality Management (EFQM)
7. Gemeinsame Merkmale verschiedener Konzepte
  - 7.1 Vergleich von Balanced Scorecard und EFQM-Excellence-Modell
  - 7.2 Herausforderungen bei der Implementation von Performance Measurement

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Bible, L./Kerr, S./Zanini, M. (2006): The balanced scorecard. Here and back. In: Management Accounting Quarterly, 7. Jg., Heft 4, S. 18–23.
- Hammer, M. (2004): Deep change. How operational innovation can transform your company. In: Harvard Business Review, 85. Jg., Heft 4, S. 85–93.
- Ittner, C. D./Larcker, D. F. (2003): Coming up short on non-financial performance measurement. In: Harvard Business Review, 84 Jg., Heft 11, S. 88–95.
- Kaplan, R. S./Norton, D. P. (2008). Mastering the management system. In: Harvard Business Review, 89 Jg., Heft 1, S. 63–77.
- Kumar, V./Rajan, B. (2009). Profitable customer management: Measuring and maximizing customer lifetime value. In: Management Accounting Quarterly, 10. Jg., Heft 3, S. 1–18.
- Losbichler, H./Eisl C./Engelbrechtsmüller, C. (eds.) (2015): Handbuch der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen. Key Performance Indicators für die erfolgreiche Steuerung von Unternehmen. Linde Verlag GmbH, Wien.
- Neely, A. (ed.) (2007): Business performance measurement. Theory and practice. 2. Auflage, Cambridge University Press, Cambridge, MA.
- Speckbacher, G./Bischof, J./Pfeifer, T. (2003): A descriptive analysis on the implementation of balanced scorecards in German-speaking countries. In: Management Accounting Research, 14 Jg., Heft 4, S. 361–387.
- Simons, R. (2000): Performance measurement and control systems for implementing strategy. Text and Cases (International edition). Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Young, D. S./O’Byrne, S. F. (2001): EVA and value-based management. A practical guide to implementation. McGraw Hill, New York.

**Studienformat Berufsbegleitendes Studium**

<b>Studienform</b> Berufsbegleitendes Studium	<b>Kursart</b> Vorlesung
--	-----------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 90 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 30 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMBPMD01

# Risikomanagement

Modulcode: DLMFATRM

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

N.N. (Risikomanagement)

## Kurse im Modul

- Risikomanagement (DLMFATRM01)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

### Teilmodulprüfung

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

## Lehrinhalt des Moduls

- Theoretische, begriffliche und rechtliche Grundlagen des Risikomanagements
- Regelkreislauf des Risikomanagements
- Risikoidentifikation
- Risikomessung und Risikobewertung
- Risikosteuerung
- Risikokontrolle

**Qualifikationsziele des Moduls****Risikomanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die theoretischen und begrifflichen Grundlagen des Risikomanagements zu verstehen und den Regelkreislauf des Risikomanagements zu begreifen.
- Risiken im unternehmerischen Kontext zu identifizieren sowie zu differenzieren.
- identifizierte Risiken zu bewerten und die Relevanz unternehmensspezifisch zu evaluieren.
- Risikomanagementsysteme erfolgreich zu implementieren und Risiken dadurch zu steuern.
- Risikokontrollsysteme auf Kennzahlenebene zu installieren sowie in eine adäquate Risikoberichterstattung und Risikokommunikation münden zu lassen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Risikomanagement

Kurscode: DLMFATRM01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Risiken sind elementarer Bestandteil jedes ökonomischen Handelns. Das Management von Risiken ist daher auch eine Kernkompetenz im Rahmen unternehmerischen Handelns. Die Studierenden lernen in diesem Kurs die theoretischen, begrifflichen sowie rechtlichen Grundlagen des Risikomanagements und erleben anwendungsorientiert den Regelkreislauf des Risikomanagements aus Identifikation, Bewertung, Steuerung und Kontrolle von Risiken kennen. Dies unterstützt die Studierenden im beruflichen Alltag erfolgreich Risikomanagementprozesse zu implementieren, um letztlich auch den unternehmerischen Erfolg zu maximieren.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die theoretischen und begrifflichen Grundlagen des Risikomanagements zu verstehen und den Regelkreislauf des Risikomanagements zu begreifen.
- Risiken im unternehmerischen Kontext zu identifizieren sowie zu differenzieren.
- identifizierte Risiken zu bewerten und die Relevanz unternehmensspezifisch zu evaluieren.
- Risikomanagementsysteme erfolgreich zu implementieren und Risiken dadurch zu steuern.
- Risikokontrollsysteme auf Kennzahlenebene zu installieren sowie in eine adäquate Risikoberichterstattung und Risikokommunikation münden zu lassen.

## Kursinhalt

1. Theoretische und begriffliche Grundlagen des Risikomanagements
  - 1.1 Entscheidungen unter Sicherheit
  - 1.2 Entscheidungen unter Unsicherheit
  - 1.3 Entscheidungen unter Ungewissheit
  - 1.4 Der Regelkreislauf des Risikomanagements
  - 1.5 Die rechtlichen Rahmenbedingungen des Risikomanagements
2. Risikoidentifikation
  - 2.1 Ziele und Aufgaben der Risikoidentifikation
  - 2.2 Methoden der Risikoidentifikation
  - 2.3 Finanzwirtschaftliche Risiken
  - 2.4 Leistungswirtschaftliche Risiken

3. Risikomessung und Risikobewertung
  - 3.1 Ziele und Aufgabe der Risikomessung und Risikobewertung
  - 3.2 Instrumente der Risikomessung und Risikobewertung
4. Risikosteuerung
  - 4.1 Ziele und Aufgabe der Risikosteuerung
  - 4.2 Risikosteuerungsstrategien
  - 4.3 Die Rolle von Derivaten in der Risikosteuerung
5. Risikokontrolle
  - 5.1 Risikomanagementsysteme als Bestandteil der unternehmensspezifischen Compliance und Corporate Governance
  - 5.2 Risikoberichterstattung und Risikokommunikation
  - 5.3 Die besondere Rolle des Controllings und der internen Revision im Rahmen des Risikomanagements

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Diederichs, M. (2017): Risikomanagement und Risikocontrolling. 4. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Gleißner, W. (2016): Grundlagen des Risikomanagements. 3. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Hull, J. (2019): Optionen, Futures und andere Derivate. 10. Auflage, Pearson Deutschland Verlag, Hallbergmoos.
- Oehler, A. (2002): Finanzwirtschaftliches Risikomanagement. 2. Auflage, Springer Verlag, Berlin.
- Wolke, Th. (2016): Risikomanagement. 3. Auflage, Oldenbourg Verlag, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMFATRM01

## Digitale Transformation im Finanzwesen

Modulcode: DLMFATDT

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

N.N. (Digitale Transformation im Finanzwesen)

### Kurse im Modul

- Digitale Transformation im Finanzwesen (DLMFATDT01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

- Theoretische Grundlagen der Finanzintermediation
- Begriffliche und rechtliche Grundlagen im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens
- Digitale Transformation im Bereich der Finanzierung
- Digitale Transformation im Bereich der Investition und Portfolioverwaltung
- Digitale Transformation im Zahlungsverkehrs- und Servicebereich der Finanzwirtschaft
- Digitale Transformation des Versicherungswesens

**Qualifikationsziele des Moduls****Digitale Transformation im Finanzwesen**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Digitale Transformation des Finanzwesens in einen theoretischen Bezugsrahmen zu verorten sowie relevante begriffliche und rechtlichen Grundlagen in diesem Zusammenhang zu verstehen.
- die Digitale Transformation auf Finanzierungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation auf Investitions- und Porfolioverwaltungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Zahlungsverkehr- und Servicebereich des Finanzwesens und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Versicherungssektor zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- sich differenziert mit Begrifflichkeiten wie Megatrend, disruptive Innovation und Disintermediation im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens auseinanderzusetzen und argumentativ die aktuelle Diskussion hierüber zu bereichern.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Finanzen & Steuern

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Digitale Transformation im Finanzwesen

Kurscode: DLMFATDT01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

... „Industrie 4.0“ – „brauchen wir noch Bargeld?“ – „ich investiere in Bitcoins“ – „ist mobile = instant Payment?“... Solchen Aussagen begegnet man regelmäßig im täglichen Leben; sei es beim Verfolgen von Talkshows, politischen Debatten, in einem Gespräch unter Freunden oder einfach beim Konsumieren analoger und digitaler Medien. Ohne Frage bringt die Digitalisierung zahlreicher Alltagsprozesse mit Finanzbezug Veränderungen für die Gesellschaft und auch für jeden Einzelnen mit seiner individuellen Motivations- und Interessenslage mit sich, die sowohl Chancen als auch durchaus Gefahren bergen. Dies geht einfach originär mit einem Transformationsprozess einher, wird aber häufig übersehen. Der Kurs adressiert zum einen die theoretischen, begrifflichen und rechtlichen Grundlagen zu diesen Transformationsprozessen im Finanzwesen und liefert konkrete Einblicke in (vermeintlich) disruptive Geschäftsmodelle im Zusammenhang mit der Digitalen Transformation des Finanzwesens und geht hier explizit auch auf möglichen Chancen und Risiken aus einer Multiperspektivenbetrachtung ein.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Digitale Transformation des Finanzwesens in einen theoretischen Bezugsrahmen zu verorten sowie relevante begriffliche und rechtlichen Grundlagen in diesem Zusammenhang zu verstehen.
- die Digitale Transformation auf Finanzierungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation auf Investitions- und Porfolioverwaltungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Zahlungsverkehr- und Servicebereich des Finanzwesens und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Versicherungssektor zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- sich differenziert mit Begrifflichkeiten wie Megatrend, disruptive Innovation und Disintermediation im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens auseinanderzusetzen und argumentativ die aktuelle Diskussion hierüber zu bereichern.

**Kursinhalt**

1. Theoretische Grundlagen der Finanzintermediation
  - 1.1 Transaktionskostentheorie
  - 1.2 Theorie der Verfügungsrechte
  - 1.3 Theorie der Finanzintermediation
  - 1.4 Unterschiedliche Akteure und deren Motivations- und Interessenlagen in Finanzsystemen
2. Begriffliche und rechtliche Grundlagen im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens
  - 2.1 MegaTrend: Ist die Digitalisierung im Finanzwesen ein neues Phänomen?
  - 2.2 Die Rolle von IT-Plattformen in der Digitalen Transformation des Finanzwesens
  - 2.3 FinTechs vs. TechFins
  - 2.4 Relevante rechtliche Rahmenbedingungen im nationalen und internationalen Kontext
3. Digitale Transformation im Bereich der Finanzierung
  - 3.1 Crowdfunding
  - 3.2 Crowdlending
4. Digitale Transformation im Bereich der Investition und Portfolioverwaltung
  - 4.1 Robo Advisory
  - 4.2 Social Trading
5. Digitale Transformation im Zahlungsverkehr- und Servicebereich des Finanzwesens
  - 5.1 Mobile und Instant Payment
  - 5.2 Blockchain
  - 5.3 Kryptowährungen
  - 5.4 Smart Contracts
  - 5.5 IT-Infrastruktur, Identifikation und Datensicherheit
  - 5.6 Die Rolle von Big Data im Zusammenhang mit der Digitalen Transformation des Finanzwesens
6. Digitale Transformation des Versicherungswesens
  - 6.1 Krankversicherungen
  - 6.2 Sachversicherungen

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Alt, R./Puschmann, Th. (2016): Digitalisierung der Finanzindustrie: Grundlagen der Fintech-Evolution. Springer Verlag, Berlin.
- Herberger, T.A. (Hrsg.) (2019): Die Digitalisierung und die Digitale Transformation der Finanzwirtschaft. Tectum Verlag, Baden-Baden.
- Sixt, E. (2016): Bitcoins und andere dezentrale Transaktionssysteme: Blockchains als Basis einer Kryptoökonomie. Springer Verlag, Berlin.
- Tiberius, V./Rasche, Ch. (Hrsg.) (2017): FinTechs – Disruptive Geschäftsmodelle im Finanzsektor. Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 110 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 20 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 20 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

## Nationale und internationale Steuerlehre

Modulcode: DLMFATNIS

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

N.N. (Nationale und internationale Steuerlehre)

### Kurse im Modul

- Nationale und internationale Steuerlehre (DLMFATNIS01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Klausur, 90 Minuten

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

- Begriffliche und theoretische Grundlagen in der nationalen und internationalen Steuerlehre
- Einkommensteuer im nationalen Kontext
- Körperschaftsteuer im nationalen Kontext
- Gewerbesteuer im nationalen Kontext
- Umsatzsteuer im nationalen Kontext
- Nationale und internationale Besteuerung im Zusammenspiel

**Qualifikationsziele des Moduls****Nationale und internationale Steuerlehre**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die begrifflichen und theoretischen Grundlagen in der nationalen und internationalen Steuerlehre zu verstehen und kontextbezogen anzuwenden.
- die Einkommensteuer in einem modellbezogenen Kontext und nationalen Umfeld zu berechnen und auf grundlegende unternehmensrechtsformabhängige Praxisfälle zu übertragen.
- die Körperschaftsteuer in einem modellbezogenen Kontext und nationalen Umfeld zu berechnen und auf grundlegende unternehmensrechtsformabhängige Praxisfälle zu übertragen.
- die Gewerbesteuer in einem modellbezogenen Kontext und nationalen Umfeld zu berechnen und auf grundlegende Praxisfälle zu übertragen.
- die Umsatzsteuer in einem modellbezogenen Kontext und nationalen Umfeld zu berechnen und auf grundlegende unternehmensrechtsformabhängige Praxisfälle zu übertragen.
- den Dualismus zwischen internationalen Steuersystemen zu verstehen, Ausgleichsmechanismen zu begreifen und über unternehmerische Steueroptimierungsstrategien kritisch zu diskutieren.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Finanzen & Steuern

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Nationale und internationale Steuerlehre

Kurscode: DLMFATNIS01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Kurs beschäftigt sich zunächst mit den begrifflichen und theoretischen Grundlagen im Kontext der nationalen und internationalen Steuerlehre und versucht einen konzeptionellen Bezugsrahmen für die Steuerlehre als Gesamtinstitution in Wirtschaftssystemen zu schaffen. Anschließend widmen sich die Inhalte des Kurses den national in Abhängigkeit der Unternehmensrechtsform relevanten Steuerarten, um diese auch im Zusammenwirken und deren Interdependenzen zu verstehen. Abschließend adressiert der Kurs die Problemfelder aus dem Zusammenspiel nationaler und internationaler Steuersysteme und den rechtlichen Harmonisierungsbemühungen. Dies schließt eine kritische Auseinandersetzung mit von Unternehmensseite vollzogenen Steueroptimierungsstrategien bei international agierenden Konzernen mit ein.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die begrifflichen und theoretischen Grundlagen in der nationalen und internationalen Steuerlehre zu verstehen und kontextbezogen anzuwenden.
- die Einkommensteuer in einem modellbezogenen Kontext und nationalen Umfeld zu berechnen und auf grundlegende unternehmensrechtsformabhängige Praxisfälle zu übertragen.
- die Körperschaftsteuer in einem modellbezogenen Kontext und nationalen Umfeld zu berechnen und auf grundlegende unternehmensrechtsformabhängige Praxisfälle zu übertragen.
- die Gewerbesteuer in einem modellbezogenen Kontext und nationalen Umfeld zu berechnen und auf grundlegende Praxisfälle zu übertragen.
- die Umsatzsteuer in einem modellbezogenen Kontext und nationalen Umfeld zu berechnen und auf grundlegende unternehmensrechtsformabhängige Praxisfälle zu übertragen.
- den Dualismus zwischen internationalen Steuersystemen zu verstehen, Ausgleichsmechanismen zu begreifen und über unternehmerische Steueroptimierungsstrategien kritisch zu diskutieren.

**Kursinhalt**

1. Begriffliche und theoretische Grundlagen in der nationalen und internationalen Steuerlehre
  - 1.1 Öffentliche Einnahmen
  - 1.2 Finanzverwaltung
  - 1.3 Unternehmensbesteuerung in Abhängigkeit der Unternehmensrechtsform
  - 1.4 Nationale vs. internationale Besteuerung
2. Einkommensteuer im nationalen Kontext
  - 2.1 Charakterisierung und Bemessungsgrundlage
  - 2.2 Systematisierung der Einkunftsarten
  - 2.3 Berechnung der Einkommensteuer
3. Körperschaftsteuer im nationalen Kontext
  - 3.1 Charakterisierung und Bemessungsgrundlage
  - 3.2 Berechnung der Körperschaftsteuer
4. Gewerbesteuer im nationalen Kontext
  - 4.1 Charakterisierung und Bemessungsgrundlage
  - 4.2 Berechnung der Gewerbesteuer
5. Umsatzsteuer im nationalen Kontext
  - 5.1 Charakterisierung der Umsatzsteuer
  - 5.2 Berechnung der Umsatzsteuer
  - 5.3 Problemfelder im innergemeinschaftlichen Warenverkehr
6. Nationale und internationale Besteuerung im Zusammenspiel
  - 6.1 Grundfragen und internationale Rahmenbedingungen
  - 6.2 Internationale Steuersysteme und damit einhergehende Belastungen aus nationaler Sicht
  - 6.3 Outbound Sachverhalte
  - 6.4 Inbound Sachverhalte
  - 6.5 Steueroptimierungsstrategien im unternehmerischen Kontext

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Beeck, V. (2012): Grundlagen der Steuerlehre. 5. Auflage, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Brähler, G. (2014): Internationales Steuerrecht. 8. Auflage, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Egner, Th. (2019): Internationale Steuerlehre. 2. Auflage, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Huber-Jilg, P./Lutz, K. (2019): Steuerlehre. 22. Auflage, Europa-Lehrmittel, Haan-Gruiten.
- Kußmaul, H. (2020): Betriebswirtschaftliche Steuerlehre. Oldenbourg Verlag, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed





# 3. Semester

---



## Projekt: Einführung in IFRS

Modulcode: DLMFATPIFRS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	MINR01-02	MA	5	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

### Modulverantwortliche(r)

N.N. (Projekt: Einführung in IFRS)

### Kurse im Modul

- Projekt: Einführung in IFRS (DLMFATPIFRS01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

Projekt: Einführung in IFRS zeigt den Studierenden wie die zunächst sehr formal gehaltenen International Financial Reporting Standards (IFRS) konkret in der Praxis angewendet werden. In diesem Zusammenhang werden die Kommunikationsfähigkeiten im Kontext des theoriebasierten Wissens an Projektbeteiligte ebenfalls geschult. Eine kritische Evaluierung des Projekterfolgs im Zusammenhang mit den zu Beginn gesetzten Zielen und die Entwicklung konkreter Handlungsempfehlungen für ähnlich gelagerte Projekte hieraus ist obligatorisch.

**Qualifikationsziele des Moduls**

**Projekt: Einführung in IFRS**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihr theoriebasiertes Wissen zu den IFRS als Teilgebiet des externen Rechnungswesens auf ein Projekt in der Praxis zu übertragen und die Grundlagen des Projektmanagements hierbei anzuwenden.
- die Komplexität des Transfers von theoriebezogenen Regularien in die Praxis zu erleben und die begrenzte Möglichkeit der vollständigen Planung zu begreifen sowie praxistaugliche Alternativen zur ursprünglichen Planung in Fall von Umsetzungsschwierigkeiten zu entwickeln und kurzfristig zu implementieren.
- die interdisziplinäre Relevanz der IFRS innerhalb der Betriebswirtschaftslehre in der praktischen Umsetzung zu erleben und die zielgruppenindividuellen Motivations- und Interessenlagen im Kontext des externen Rechnungswesens ausreichend zu würdigen.
- die Kommunikation mit allen relevanten Stakeholdern im Rahmen eines Praxisprojekts im Rahmen des externen Rechnungswesens erfolgreich zu gewährleisten, um das Projektziel effizient zu erreichen.
- den Erfolg des Praxisprojekts in Abhängigkeit der theoriebasierten Zielsetzungen kritisch zu evaluieren und Handlungsempfehlungen für ähnlich angelegte Projekte in der Zukunft zu entwickeln, um den Projekterfolg zu optimieren.

<p><b>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</b></p> <p>Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Finanzen &amp; Steuern</p>	<p><b>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</b></p> <p>Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft &amp; Management</p>
--	--

# Projekt: Einführung in IFRS

Kurscode: DLMFATPIFRS01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	MINR01-02

## Beschreibung des Kurses

Das Projekt unterstützt die Studierenden die theoretischen und stark regelbasierten Inhalte der International Financial Reporting Standards (IFRS) im Kontext des externen Rechnungswesens auf ein konkretes Praxisprojekt zu übertragen und hierdurch wichtige anwendungsorientierte Erfahrungen aus dem Projektmanagement im Kontext des externen Rechnungswesens zu erleben. Neben dem Theorie- und Regularientransfer und möglicher Situationen, die in den ursprünglichen Projektplanungen nicht vorgesehen waren, lernen die Studierenden unter realitätsnahen Bedingungen möglichst adäquate Alternativlösungen zeitnah zu entwickeln, um den Projekterfolg gewährleisten zu können. Hierbei lernen die Studierenden auch den durchaus interdisziplinären Charakter des externen Rechnungswesens speziell im Anwendungsfeld der IFRS im Alltag kennen, wenn die Studierenden ihre theorie- und regelbasierte Planung verschiedenen Interessensgruppen konkret vermitteln und hierbei Führungskompetenzen zeigen müssen, auch in Stresssituationen. Neben der erfolgreichen Umsetzung eines Praxisprojekts wird durch die Studierenden eine kritische Evaluierung des Projekterfolgs im Zusammenhang mit den zu Beginn gesetzten Zielen vorgenommen. Dieses Vorgehen mündet schließlich in konkrete Handlungsempfehlungen für ähnlich gelagerte Projekte.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihr theoriebasiertes Wissen zu den IFRS als Teilgebiet des externen Rechnungswesens auf ein Projekt in der Praxis zu übertragen und die Grundlagen des Projektmanagements hierbei anzuwenden.
- die Komplexität des Transfers von theoriebezogenen Regularien in die Praxis zu erleben und die begrenzte Möglichkeit der vollständigen Planung zu begreifen sowie praxistaugliche Alternativen zur ursprünglichen Planung in Fall von Umsetzungsschwierigkeiten zu entwickeln und kurzfristig zu implementieren.
- die interdisziplinäre Relevanz der IFRS innerhalb der Betriebswirtschaftslehre in der praktischen Umsetzung zu erleben und die zielgruppenindividuellen Motivations- und Interessenlagen im Kontext des externen Rechnungswesens ausreichend zu würdigen.
- die Kommunikation mit allen relevanten Stakeholdern im Rahmen eines Praxisprojekts im Rahmen des externen Rechnungswesens erfolgreich zu gewährleisten, um das Projektziel effizient zu erreichen.
- den Erfolg des Praxisprojekts in Abhängigkeit der theoriebasierten Zielsetzungen kritisch zu evaluieren und Handlungsempfehlungen für ähnlich angelegte Projekte in der Zukunft zu entwickeln, um den Projekterfolg zu optimieren.

**Kursinhalt**

- Die Grundlagen der International Financial Reporting Standards (IFRS) werden in dem Kurs Projekt: Einführung in IFRS konkret auf ein Praxisprojekt übertragen, in dem der Studierende zeigt, wie der Transfer von theoriebezogenen Regularien verläuft und wie in diesem Zusammenhang die relevanten Stakeholder und Adressaten des externen Rechnungswesens erreicht werden. Im Rahmen des Projekts wird hierbei der Transfer eines Teilaspektes der IFRS Anwendung dargestellt und kritisch evaluiert. Insbesondere wird bei diesem Transfer darauf geachtet, dass die Anwendung der IFRS fallbezogen erfolgt wodurch ein hoher Praxisbezug gewährleistet wird. Der Kurs fordert von seinen Studierenden theoretische Überlegungen und konkrete IFRS auf ihre Praxistauglichkeit hin zu überprüfen und hierbei den unterschiedlichen Adressaten sowie verschiedenen Umweltszenarien ausreichend Rechnung zu tragen. Durch die Interaktion am „lebenden Objekt“ erfährt der Studierende nicht nur wichtige Einblicke eines Praxistransfers seines theorie- und regelbasierten Wissens im Bereich der IFRS und des externen Rechnungswesens, sondern er fördert seine sozialen Kompetenzen.

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Buchholz, R. (2019): Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS. 10. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Hartmann, M./Funk, R./Nietmann, H. (2003): Präsentieren. Präsentationen: zielgerichtet und adressatenorientiert. 7. Auflage. Beltz, Weinheim.
- Kessler, H./Winkelhofer, G. (2004): Projektmanagement – Leitfaden zur Steuerung und Führung von Projekten. 4. Auflage. Springer, Berlin.
- Kirsch, H. (2019): Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS. 12. Auflage, nwb Verlag, Herne.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Projekt
-----------------------------------	---------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 120 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 0 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMFATPIFRS01

## Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance

Modulcode: DLMFATSAACF

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> MINR02	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 150 h
----------------------------------	---	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

N.N. (Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance)

### Kurse im Modul

- Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance (DLMFATSAACF01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium  
Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

#### Teilmodulprüfung

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### Lehrinhalt des Moduls

Das Modul behandelt ausgewählte Aspekte der Corporate Finance und versucht hierbei auch neuen Strömungen und aktuellen Problemfeldern im Bereich der Corporate Finance Raum zu geben. Theoriebezogene Inhalte aus der Corporate Finance werden hierbei mit einem anwendungsbezogenen und aktuellen Kontext verknüpft. Hierdurch wird die praktische Relevanz von Corporate Finance als anwendungsorientierte Teildisziplin der Finanzwirtschaft deutlich.

**Qualifikationsziele des Moduls**

**Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich Corporate Finance einzuarbeiten.
- eigenständig themenspezifische Literatur zu recherchieren und diese zielgerichtet auszuwerten.
- wichtige themenspezifische Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen.
- Corporate Finance als wichtige Teildisziplin der Finanzwirtschaft zu begreifen.
- die Interessensgruppen im Rahmen der Corporate Finance mit ihren situationsabhängigen individuellen Motivations- und Interessenlagen zu analysieren und bewerten.
- Problemfelder innerhalb von Corporate Finance zu identifizieren und individuelle Lösungsvorschläge sowie interessensgruppenabhängige Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

<p><b>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</b></p> <p>Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Finanzen &amp; Steuern</p>	<p><b>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</b></p> <p>Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft &amp; Management</p>
--	--

## Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance

Kurscode: DLMFATSAACF01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	MINR02

### Beschreibung des Kurses

Das Seminar behandelt ausgewählte Aspekte der Corporate Finance und versucht hierbei aktuellen Problem- sowie Themenfeldern im Bereich der Corporate Finance zu begegnen. Es werden konkrete Themenfelder adressiert, die Corporate Finance nicht als reine theoriebezogene Wissenschaftsdisziplin verstehen, sondern die Studierenden dazubringen sollen, die Theorie der Corporate Finance als Instrument zu nutzen, um aktuellen Problemstellungen in der betriebswirtschaftlichen Praxis, konkret im Rahmen der Unternehmensfinanzierung, perspektivenabhängig zu lösen und interessensgruppenabhängige Handlungsempfehlungen zu erarbeiten.

### Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich Corporate Finance einzuarbeiten.
- eigenständig themenspezifische Literatur zu recherchieren und diese zielgerichtet auszuwerten.
- wichtige themenspezifische Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen.
- Corporate Finance als wichtige Teildisziplin der Finanzwirtschaft zu begreifen.
- die Interessensgruppen im Rahmen der Corporate Finance mit ihren situationsabhängigen individuellen Motivations- und Interessenlagen zu analysieren und bewerten.
- Problemfelder innerhalb von Corporate Finance zu identifizieren und individuelle Lösungsvorschläge sowie interessensgruppenabhängige Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

### Kursinhalt

- Jeder Teilnehmende muss zu einem zugewiesenen individuellen Thema eine Seminararbeit erstellen. Theoriebezogene Inhalte aus der Corporate Finance werden hierbei mit einem anwendungsbezogenen und zumeist aktuellen Kontext verknüpft, wodurch die praktische Relevanz von Corporate Finance als anwendungsorientierte Teildisziplin der Finanzwirtschaft deutlich wird. Hierbei stehen insbesondere – aber nicht nur – folgende Themenfelder im Fokus der Aufmerksamkeit: Microfinance, Vertiefung spezieller Finanzierungsarten (z.B. Crowdfunding, Private Equity, Venture Capital, Business Angel, Corporate Venture Funds, Family Office), Debt Fonds, Islamic Finance, Social und Sustainable Finance, FinTechs, TechFins.

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Herberger, T.A. (Hrsg.) (2019): Die Digitalisierung und die Digitale Transformation der Finanzwirtschaft. Tectum Verlag, Baden-Baden.
- Hunziker, A.W. (2010): Spass am wissenschaftlichen Arbeiten. So schreiben Sie eine gute Semester-, Bachelor- oder Masterarbeit. 4. Auflage, SKV, Zürich.
- Lehner, O. (Hrsg.) (2018): Routledge Handbook of Social and Sustainable Finance. Routledge, New York.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 17. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Wehrlin, U. (2010): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Leitfaden zur Erstellung von Bachelorarbeit, Masterarbeit und Dissertation – von der Recherche bis zur Buchveröffentlichung. AVM, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Seminar
-----------------------------------	---------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 120 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 0 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMFATSAACF01

## Erfolgsorientiertes Controlling

Modulcode: MWCO

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gerhard Sälzer (Erfolgsorientiertes Controlling I) / Prof. Dr. Gerhard Sälzer (Erfolgsorientiertes Controlling II)

### Kurse im Modul

- Erfolgsorientiertes Controlling I (MWCO01)
- Erfolgsorientiertes Controlling II (MWCO02)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

#### Teilmodulprüfung

##### Erfolgsorientiertes Controlling I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

##### Erfolgsorientiertes Controlling II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### **Lehrinhalt des Moduls**

#### **Erfolgsorientiertes Controlling I**

- Rolle des Controllers im Unternehmen
- Überblick über Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung
- System der Teilkostenrechnung
- Break-even-Analyse
- Bestimmung des optimalen Produktionsprogramms
- Ermittlung von Preisgrenzen
- Festlegung von Verrechnungspreisen

#### **Erfolgsorientiertes Controlling II**

- Die Grenzplankostenrechnung
- Relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
- Projektcontrolling
- Die Prozesskostenrechnung
- Budgetierung – traditionelle Ansätze
- Better Budgeting – ein neuer Ansatz zur Budgetierung
- Beyond Budgeting als Alternative zur traditionellen Budgetierung
- Budgetierung – Ansätze zur leistungsadäquaten Mittelverteilung
- Kostenmanagement
- Target Costing
- Benchmarking als Instrument des Kostenmanagements
- Die Balanced Scorecard

**Qualifikationsziele des Moduls****Erfolgsorientiertes Controlling I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterschiede zwischen internem und externem Rechnungswesen zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Rechenwerke wiederzugeben.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Kostenrechnung einzuordnen.
- alle kostenrelevanten Grundbegriffe einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten, die Kosten nach Arten, Stellen und Trägern zu berechnen und die Überführung der Kosten zwischen diesen drei Kategorien durchzuführen.
- Preis sowie Preise und Gewinnschwellen zu ermitteln.

**Erfolgsorientiertes Controlling II**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- situationsbezogenen die verschiedenen Controlling-Instrumente als Lösungsansätze zu selektieren und anzuwenden.
- die Unterschiede zwischen den verschiedenen Arten der Kostenrechnung zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Methoden zu nennen.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Planungsarten/-möglichkeiten zu überblicken.
- alle controlling- und kostenrelevanten Einzelmethoden einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten die alternative Planung der Gesamt- und Einzelkosten zu berechnen und die Kontrolle bzw. Optimierung der Kosten durchzuführen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich Planung & Controlling auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Erfolgsorientiertes Controlling I

Kurscode: MWCO01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Kurs befasst sich mit Sachverhalten des betrieblichen Rechnungswesens. Der Schwerpunkt dieses Kurses liegt in der Darstellung der klassischen Ansätze der Kosten- und Leistungsrechnung auf Vollkostenbasis. Die Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) gehört neben der Finanzbuchhaltung zum betrieblichen Rechnungswesen und informiert das Unternehmen über die Wirtschaftlichkeit seines Kerngeschäfts. Die Kosten- und Leistungsrechnung dient damit der innerbetrieblichen Planung, Steuerung und Kontrolle durch die Unternehmensleitung. Neben der Einführung in die Grundbegriffe der KLR werden die vier wesentlichen Bestandteile der Istkostenrechnung erläutert. Als erstes wird die Kostenartenrechnung dargestellt, die vermittelt, welche Kosten in der Abrechnungsperiode entstanden sind. In der darauf aufbauenden Kostenstellenrechnung werden die entstandenen Kosten den verursachenden Betriebsteilen zugeordnet. In der Kostenträgerrechnung wird berechnet, wofür die Kosten angefallen sind. Die Kostenträgerrechnung unterscheidet nach Stückrechnung und Zeitrechnung. Zudem gibt es Einblicke in die Methoden der Preis- und Produktionsmengenfindung sowie die Ermittlung des Break-Even-Points als Einzelmethoden der Teilkostenbetrachtung.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterschiede zwischen internem und externem Rechnungswesen zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Rechenwerke wiederzugeben.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Kostenrechnung einzuordnen.
- alle kostenrelevanten Grundbegriffe einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten, die Kosten nach Arten, Stellen und Trägern zu berechnen und die Überführung der Kosten zwischen diesen drei Kategorien durchzuführen.
- Preis sowie Preise und Gewinnschwellen zu ermitteln.

## Kursinhalt

1. Rolle des Controllers im Unternehmen
  - 1.1 Begriff und Aufgaben des Controllings
  - 1.2 Einordnung des Controllings im Unternehmen
  - 1.3 Strategisches und operatives Controlling

2. Überblick über Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
  - 2.1 Einordnung in das betriebliche Rechnungswesen
  - 2.2 Betriebswirtschaftliche Rechengrößen
  - 2.3 Teilsysteme der Kosten- und Leistungsrechnung
3. Kostenartenrechnung
  - 3.1 Aufgaben der Kostenartenrechnung
  - 3.2 Kostendifferenzierung nach Art der Verrechnung
  - 3.3 Kostendifferenzierung nach dem Verhalten bei Beschäftigungsschwankungen
  - 3.4 Kostendifferenzierung nach Art der Kostenerfassung
  - 3.5 Kostendifferenzierung nach Art der verbrauchten Produktionsfaktoren und weitere Differenzierungsmöglichkeiten
4. Kostenstellenrechnung
  - 4.1 Grundsätze und Aufgaben der Kostenstellenrechnung
  - 4.2 Ablauf der Kostenstellenrechnung
  - 4.3 Sekundärkostenverrechnung – Anbauverfahren
  - 4.4 Sekundärkostenverrechnung – Stufenleiterverfahren
  - 4.5 Sekundärkostenverrechnung – Gleichungsverfahren
5. Kostenträgerrechnung
  - 5.1 Aufgaben der Kostenträgerstückrechnung
  - 5.2 Kostenträgerstückrechnung durch Divisionskalkulation
  - 5.3 Kostenträgerstückrechnung durch Äquivalenzziffernkalkulation
  - 5.4 Kostenträgerstückrechnung durch Zuschlagskalkulation
  - 5.5 Kostenträgerzeitrechnung
6. System der Teilkostenrechnung
  - 6.1 Vollkostenrechnung und Teilkostenrechnung
  - 6.2 Grenzkostenrechnung
  - 6.3 Einstufige Deckungsbeitragsrechnung
  - 6.4 Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung
7. Break-even-Analyse
  - 7.1 Break-even-Analyse bei Einproduktunternehmen
  - 7.2 Analyse von Mengen-, Kosten- und Preisänderungen
  - 7.3 Break-even-Analyse bei Mehrproduktunternehmen

8. Bestimmung des optimalen Produktionsprogramms
  - 8.1 Grundlagen der Programoptimierung
  - 8.2 Produktionsprogramm bei Unterbeschäftigung
  - 8.3 Produktionsprogramm bei einem Engpass
  - 8.4 Produktionsprogramm bei mehreren Engpässen
  - 8.5 Make-or-buy-Entscheidungen
9. Ermittlung von Preisgrenzen
  - 9.1 Arten von Preisgrenzen
  - 9.2 Preisuntergrenzen bei gegebenen Kapazitäten
  - 9.3 Preisuntergrenzen bei veränderlichen Kapazitäten
  - 9.4 Preisobergrenzen
10. Festlegung von Verrechnungspreisen
  - 10.1 Funktionen von Verrechnungspreisen
  - 10.2 Marktpreisorientierte Verrechnungspreise
  - 10.3 Kostenorientierte Verrechnungspreise
  - 10.4 Weitere Verrechnungspreise
  - 10.5 Besonderheiten bei Konzernverrechnungspreisen

**Literatur**

**Pflichtliteratur**

**Weiterführende Literatur**

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T. (2009): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 7. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2008): Kostenrechnung 1. Grundlagen. 10. Auflage, NWB, Herne/Berlin.
- Eberlein, J. (2010): Betriebliches Rechnungswesen und Controlling. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Rollwage, N. (2010): Kosten- und Leistungsrechnung. 7. Auflage, WRW, Köln.
- Zingel, H. (2008): Kosten- und Leistungsrechnung. Wiley-VCH, Weinheim.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Erfolgsorientiertes Controlling II

Kurscode: MWCO02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Kurs befasst sich mit Sachverhalten des betrieblichen Rechnungswesens und deren Einfluss auf das operative Controlling. Rechnungswesen und Controlling werden gegeneinander abgegrenzt, aber auch die vielfältigen Interdependenzen zwischen den einzelnen Anwendungsgebieten erläutert. Der Schwerpunkt dieses Kurses liegt in der Darstellung der Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie verschiedener spezieller Controllinginstrumente und Methoden.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- situationsbezogenen die verschiedenen Controlling-Instrumente als Lösungsansätze zu selektieren und anzuwenden.
- die Unterschiede zwischen den verschiedenen Arten der Kostenrechnung zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Methoden zu nennen.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Planungsarten/-möglichkeiten zu überblicken.
- alle controlling- und kostenrelevanten Einzelmethoden einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten die alternative Planung der Gesamt- und Einzelkosten zu berechnen und die Kontrolle bzw. Optimierung der Kosten durchzuführen.

## Kursinhalt

1. Die Grenzplankostenrechnung
  - 1.1 Systeme der Kostenrechnung: Warum Grenzplankostenrechnung?
  - 1.2 Vorgehensweise bei der Grenzplankostenrechnung
  - 1.3 Beurteilung und kritische Würdigung
2. Relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
  - 2.1 Systeme der Kostenrechnung: Was ist die relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung?
  - 2.2 Vorgehensweise bei der relativen Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
  - 2.3 Beurteilung und kritische Würdigung

3. Projektcontrolling
  - 3.1 Warum Projektcontrolling?
  - 3.2 Isolierte Kostenabweichungsanalysen
  - 3.3 Integrierte Kosten- und Leistungsanalyse
4. Die Prozesskostenrechnung
  - 4.1 Ziele und Aufgaben der Prozesskostenrechnung
  - 4.2 Struktur und Durchführung der Prozesskostenrechnung
  - 4.3 Beurteilung der Prozesskostenrechnung
5. Budgetierung – traditionelle Ansätze
  - 5.1 Wesen, Zweck und Funktionen der Budgetierung
  - 5.2 Budgetarten und Budgetierungsprozesse
  - 5.3 Kritik an der traditionellen Budgetierungspraxis
6. Better Budgeting – ein neuer Ansatz zur Budgetierung
  - 6.1 Maßnahmen des Better Budgeting
  - 6.2 Better Budgeting in der Unternehmenspraxis
  - 6.3 Kritische Würdigung des Better Budgeting
7. Beyond Budgeting als Alternative zur traditionellen Budgetierung
  - 7.1 Ursprung und Grundlagen des Beyond Budgeting
  - 7.2 Grundprinzipien des Beyond-Budgeting-Ansatzes
  - 7.3 Praktische Umsetzbarkeit und kritische Würdigung des Beyond Budgeting
8. Budgetierung – Ansätze zur leistungsadäquaten Mittelverteilung
  - 8.1 Wertanalytische Verfahren
  - 8.2 Das Zero-Base-Budgeting
  - 8.3 Das Planning – Programming – Budgeting
9. Kostenmanagement
  - 9.1 Kostenrechnung versus Kostenmanagement
  - 9.2 Ansatzpunkte des Kostenmanagements
  - 9.3 Würdigung und praktische Umsetzungsmöglichkeiten

10. Target Costing
  - 10.1 Warum Target Costing?
  - 10.2 Ablauf des Target Costing
  - 10.3 Beispiel für einen Target-Costing-Prozess
  - 10.4 Würdigung des Target Costing
11. Benchmarking als Instrument des Kostenmanagements
  - 11.1 Was ist Benchmarking?
  - 11.2 Idealtypischer Benchmarking-Prozess
  - 11.3 Praxisbeispiel bei der Tepcon AG
12. Die Balanced Scorecard
  - 12.1 Grundgedanke der Balanced Scorecard
  - 12.2 Perspektiven der Balanced Scorecard
  - 12.3 Strategieumsetzung als zentraler Aspekt des Unternehmenserfolgs
  - 12.4 Operationalisierung der Balanced Scorecard
  - 12.5 Darstellung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen in der Strategy Map

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Däumler, K. D./Grabe, J. (2009): Kostenrechnung 2. Deckungsbeitragsrechnung. 9. Auflage, NWB, Herne/Berlin.
- Eberlein, J. (2010): Betriebliches Rechnungswesen und Controlling. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M. (2008): Controlling. 11. Auflage, Vahlen, München.
- Huch, B./Behme, W./Ohlendorf, T. (2004): Rechnungswesenorientiertes Controlling. 4. Auflage, Physica, Heidelberg.
- Kaplan, R. S./Norton, D. P. (2001): Die strategiefokussierte Organisation. Führen mit der Balanced Scorecard. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Remer, D. (2005): Einführen der Prozesskostenrechnung. Grundlagen, Methodik, Einführung und Anwendung der verursachungsgerechten Gemeinkostenzurechnung. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWCO02

# Management Consulting

Modulcode: MWBC

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 5	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Andreas Herrmann (Management Consulting I) / Prof. Dr. Andreas Herrmann (Management Consulting II)

## Kurse im Modul

- Management Consulting I (MWBC01)
- Management Consulting II (MWBC02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

#### Management Consulting I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

#### Management Consulting II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Management Consulting I**

- Unternehmensberatung als professionelle Dienstleistung und im Fokus der Wissenschaft
- Entwicklung und Bedeutung der Consulting-Branche
- Consulting im betrieblichen Kontext
- IT-Beratung und Personalberatung
- Strategieberatung
- Organisations- und Transformationsberatung

**Management Consulting II**

- Rechtsfragen der Unternehmensberatung
- Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
- Normatives und strategisches Management des Beratungsbetriebes
- Marketingmanagement der Unternehmensberatung
- Beziehungsmarketing und Reputation Management

**Qualifikationsziele des Moduls****Management Consulting I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- auf Basis aktueller Methoden und Konzepte der Unternehmensberatung, den Problemlösungsbedarf in Unternehmen zu erkennen und gemeinsam mit den Klienten kundenindividuelle Lösungsstrategien zu entwickeln.
- durch den beratungsspezifischen Kompetenzerwerb zum Contract- und Projektmanagement, den vertraglichen und projektspezifischen Rahmen zu definieren, der erst eine klientenorientierte Problemlösung im Unternehmen ermöglicht.
- das vermittelte klientenzentrierte Beratungsverständnis als Grundlage für eine vertrauensvolle Berater-Klienten-Beziehung in Praxis anzuwenden.

**Management Consulting II**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fachlich-methodischen Kernkompetenzen zu den Besonderheiten der Unternehmensberatung als „professional service firm“ wiederzugeben.
- den Aufbau und die Organisation von Beratungsunternehmen, die Strategieentwicklung für wettbewerbsintensive Beratungsmärkte und v. a. den professionellen Umgang mit der wichtigsten Ressource im Beratungsunternehmen – den Mitarbeitern – zu erläutern und die Kenntnisse in der Praxis anzuwenden.
- Organisations- und Führungskonzepte zu erklären und ihre eigenen persönlich-sozialen Kompetenzen für den erfolgreichen Umgang mit Mitarbeitern und Beratungsunternehmen vor diesem Hintergrund kritisch zu reflektieren.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich  
Betriebswirtschaft & Management auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft  
& Management

# Management Consulting I

Kurscode: MWBC01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Die hohe Bedeutung der Unternehmensberatung auf betriebsindividueller sowie gesamtwirtschaftlicher Ebene wird heute nicht mehr bestritten. Beratungsleistungen steigern die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Die Beschäftigungs- und Wachstumseffekte der Beratungsindustrie sind für das Wachstum moderner Volkswirtschaften unverzichtbar. Zugleich steigt der Professionalisierungsbedarf in den beratenden Berufen sowie im Management der Beratungsprojekte und damit einhergehender Berater-Klienten-Beziehungen. Im Mittelpunkt der Unternehmensberatung steht die Erbringung professioneller Beratungsdienstleistungen. Von Unternehmensberatern wird erwartet, dass sie die betriebliche sowie marktliche Situation eines Unternehmens verstehen, bewerten und auf Basis problemlösungsorientierter Empfehlungen verbessern können. Dafür benötigen Unternehmensberater ein differenziertes Profil aus fachlich-methodischen und persönlich-sozialen Kompetenzen. Fachliche Kompetenzen umfassen die betriebswirtschaftlichen Grund- und Spezialkenntnisse der Unternehmensführung und des strategischen Managements sowie ein profundes Verständnis von Märkten und gesellschaftlichen sowie wirtschaftlichen Entwicklungen. Das Tätigkeitsprofil des Unternehmensberaters erfordert analytische Kompetenzen zur Erfassung und Bewertung von Unternehmens- und Marktsituationen. Berater müssen in der Lage sein, aufgrund strategischer Konzepte Beratungsprojekte zur nachhaltigen Unternehmenswertsteigerung zu planen, zu implementieren und einer Erfolgskontrolle zu unterziehen. Persönliche und soziale Kompetenzen ergänzen ihre fachlich-methodischen Fähigkeiten. Durch sie werden Unternehmensberater befähigt, Klientenerwartungen zu verstehen, Beratungskonzepte individuell auf den Beratungsbedarf abzustimmen und Berater-Klienten-Beziehungen aktiv i. S. einer wertschöpfenden Leistungspartnerschaft zu gestalten.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- auf Basis aktueller Methoden und Konzepte der Unternehmensberatung, den Problemlösungsbedarf in Unternehmen zu erkennen und gemeinsam mit den Klienten kundenindividuelle Lösungsstrategien zu entwickeln.
- durch den beratungsspezifischen Kompetenzerwerb zum Contract- und Projektmanagement, den vertraglichen und projektspezifischen Rahmen zu definieren, der erst eine klientenorientierte Problemlösung im Unternehmen ermöglicht.
- das vermittelte klientenzentrierte Beratungsverständnis als Grundlage für eine vertrauensvolle Berater-Klienten-Beziehung in Praxis anzuwenden.

**Kursinhalt**

1. Unternehmensberatung als professionelle Dienstleistung
  - 1.1 Unternehmensberatung, Management und Business Consulting
  - 1.2 Erscheinungsformen der Unternehmensberatung
  - 1.3 Ist Unternehmensberater ein Beruf?
2. Entwicklung und Bedeutung der Consulting-Branche
  - 2.1 Geschichte der Unternehmensberatung
  - 2.2 Volkswirtschaftliche Bedeutung der Consulting-Branche
  - 2.3 Branchenstruktur und Trends
3. Unternehmensberatung im Fokus der Wissenschaft
  - 3.1 Stand der Diskussion um ein „Consulting Research“
  - 3.2 Ausgewählte sozialwissenschaftliche Aspekte der Unternehmensberatung
  - 3.3 Ausgewählte wirtschaftswissenschaftliche Beiträge
4. Consulting im betrieblichen Kontext
  - 4.1 Consulting-Funktionen
  - 4.2 Rollen im Berater-Klienten-Verhältnis
  - 4.3 Die Alternative: Inhouse Consulting
5. IT-Beratung und Personalberatung
  - 5.1 IT-Beratung
  - 5.2 HRM-Beratung
  - 5.3 Executive Search und Outplacement-Beratung
6. Strategieberatung
  - 6.1 Gegenstand und Anlässe der Strategieberatung
  - 6.2 Strategieberatung auf Unternehmensebene
  - 6.3 Strategieberatung auf Geschäftsfeld- und Stakeholder-Ebene
7. Organisations- und Transformationsberatung
  - 7.1 Organisations- und Prozessberatung
  - 7.2 Change Management und Transformationsberatung

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bund Deutscher Unternehmensberater (BDU) (Hrsg.) (2009): Facts and Figures zum Beratermarkt. Bonn.
- Fink, D. (2009): Strategische Unternehmensberatung. Vahlen, München.
- Kieser, A. (2002): Wissenschaft und Beratung. Winter, Heidelberg.
- Kieser, A. (1998): Unternehmensberater – Händler in Problemen, Praktiken und Sinn. In: Glaser, H./Schröder, E. F./Werder, A. v. (Hrsg.): Organisation im Wandel der Märkte. Gabler, Wiesbaden, S. 191–226.
- Königswieser, R./Exner, A. (1999): Systemische Intervention. Architekturen und Designs für Berater und Veränderungsmanager. 2. Auflage, Klett-Cotta, Stuttgart.
- Kubr, M. (Hrsg.) (2002): Management Consulting. A Guide to the Profession. 4. Auflage, International Labor Office, Genf.
- Mohe, M. (2003): Klientenprofessionalisierung. Strategien und Perspektiven eines professionellen Umgangs mit Unternehmensberatung. Metropolis, Marburg.
- Mohe, M./Heinecke, H. J./Pfriehm, R. (Hrsg.) (2002): Consulting. Problemlösung als Geschäftsmodell. Theorie, Praxis, Markt. Klett-Cotta, Stuttgart.
- Moscho, A.(Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting in Deutschland. Markt, Strukturen, Strategien. Gabler, Wiesbaden.
- Niedereichholz, C./Niedereichholz, J. (Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting. Oldenbourg/ München.
- Nissen, V. (Hrsg.) (2007): Consulting Research. Unternehmensberatung aus wissenschaftlicher Perspektive. Gabler, Wiesbaden.
- Sommerlatte, T. et al. (Hrsg.) (2009): Handbuch der Unternehmensberatung. Organisationen führen und entwickeln. ESV, Berlin.
- Wolf, G. (2000): Die Krisis der Unternehmensberatung

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	

# Management Consulting II

Kurscode: MWBC02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Beratungsunternehmen sind einem intensiven Wettbewerb ausgesetzt. Neben der wachsenden Ausdifferenzierung von internen und externen Beratungsangeboten für verschiedenste betriebliche Beratungsanlässe stehen Unternehmensberater zunehmend professionalisierten Klienten gegenüber. Ein dauerhafter Erfolg auf Beratungsmärkten setzt demnach ein professionelles Management der Beratungsunternehmung voraus. Die Besonderheiten von Beratungsunternehmen, professionelle Dienstleistungen zu entwickeln und zu vermarkten, aber auch die dynamischen Veränderungen der Beratungsmärkte erfordern ein besonderes Profil für das Management der Beratungsunternehmen. Beratungsunternehmen müssen hochflexibel, anpassungsfähig, kommunikativ und innovativ gestaltet und geführt werden.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fachlich-methodischen Kernkompetenzen zu den Besonderheiten der Unternehmensberatung als „professional service firm“ wiederzugeben.
- den Aufbau und die Organisation von Beratungsunternehmen, die Strategieentwicklung für wettbewerbsintensive Beratungsmärkte und v. a. den professionellen Umgang mit der wichtigsten Ressource im Beratungsunternehmen – den Mitarbeitern – zu erläutern und die Kenntnisse in der Praxis anzuwenden.
- Organisations- und Führungskonzepte zu erklären und ihre eigenen persönlich-sozialen Kompetenzen für den erfolgreichen Umgang mit Mitarbeitern und Beratungsunternehmen vor diesem Hintergrund kritisch zu reflektieren.

## Kursinhalt

1. Rechtsfragen der Unternehmensberatung
  - 1.1 Rechtsformen der Unternehmensberatung
  - 1.2 Beraterverträge
  - 1.3 Beraterhaftung
2. Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
  - 2.1 Bestandteile des Geschäftsmodells
  - 2.2 Die Honorierung der Berater
  - 2.3 Organisation des Beratungsunternehmens

3. Normatives Management des Beratungsbetriebes
  - 3.1 Ethische Konfliktpotenziale in der Unternehmensberatung
  - 3.2 Handlungsfelder normativen Managements
4. Strategisches Management des Beratungsbetriebes
  - 4.1 Kernfragen und Rahmenbedingungen strategischen Managements
  - 4.2 Branchenstrukturanalyse der Beraterbranche
  - 4.3 Ein Modell zur Ableitung operativer Ziele aus der Strategie
5. Marketingmanagement der Unternehmensberatung
  - 5.1 Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
  - 5.2 Strategisches Beratungs-Marketing
  - 5.3 Operatives Dienstleistungsmarketing von Unternehmensberatungen
6. Beziehungsmarketing und Reputation Management
  - 6.1 Beziehungsmarketing von Beratungsunternehmen
  - 6.2 Instrumente des Beziehungsmarketings
  - 6.3 Beratungserfolg als Basis für Reputation
  - 6.4 Lebenszyklus und Reputation – ein Gesamtmodell

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Bamberger, I./Wrona, T. (Hrsg.) (2012): Strategische Unternehmensberatung. Konzeptionen – Prozesse – Methoden. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Bürger, B. (2005): Aspekte der Führung und der strategischen Entwicklung von Professional Service Firms. Der Leverage von Ressource als Ausgangspunkt einer differenzierten Betrachtung. DUV, Wiesbaden.
- Jeschke, K. (2004): Marketingmanagement der Unternehmensberatung. Gabler, Wiesbaden.
- Kriegmeier, J. (2005): Professional Service Firms. Gabler, Wiesbaden.
- Höck, M./Keuper, F. (2001): Empirische Untersuchung zur Auswahl und Kompetenz von Beratungsgesellschaften. In: Die Betriebswirtschaft (DBW), 61. Jg., Heft 4, S. 427-442.
- Maister, D. (2000): True Professionalism. The Courage to Care About Your People, Your Clients, And Your Career. Touchstone, New York.
- Maister, D./Green, C./Galford, R. (2002): The Trusted Advisor. The Free Press, London.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Strategisches Finanzmanagement

Modulcode: MWFI

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jessica Hastenteufel (Strategisches Finanzmanagement I) / Prof. Dr. Jessica Hastenteufel (Strategisches Finanzmanagement II)

## Kurse im Modul

- Strategisches Finanzmanagement I (MWFI01)
- Strategisches Finanzmanagement II (MWFI02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

#### Strategisches Finanzmanagement I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

#### Strategisches Finanzmanagement II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Strategisches Finanzmanagement I**

- Grundlagen des Finanzmanagements
- Beteiligungsfinanzierung
- Fremdfinanzierung
- Innenfinanzierung
- Alternative Finanzierungsinstrumente

**Strategisches Finanzmanagement II**

- Optimierung des Finanzmanagements durch Derivate
- Investitionsrechnung
- Finanzcontrolling

**Qualifikationsziele des Moduls****Strategisches Finanzmanagement I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Merkmale und Funktionsweisen der Innen- und Außenfinanzierung der Unternehmen durch Eigen- oder Fremdkapital zu erläutern.
- das Zusammenspiel von Unternehmen, Finanzintermediären und Kapitalmärkten bei der Unternehmensfinanzierung nachzuvollziehen.
- das Spektrum der Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung zu erfassen.
- die relative Vorteilhaftigkeit der Finanzierungsformen im jeweiligen Unternehmenszusammenhang zu erörtern.

**Strategisches Finanzmanagement II**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Unternehmensentscheidungen des CFO (Chief Financial Officer) nachzuvollziehen.
- die Vorteilhaftigkeit und Vergleichbarkeit von Investitionsprojekten zu erklären.
- den Zusammenhang von Finanzierungsentscheidungen mit dem Einsatz von Derivaten nachzuvollziehen.
- Planrechnungen, Budgets und Kapitalbedarfsrechnungen im Finanzcontrolling zusammenzuführen und diese als Entscheidungsgrundlage für das strategische Finanzmanagement zu nutzen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich Finanzen & Steuern auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Strategisches Finanzmanagement I

Kurscode: MWFI01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Die Aufgabe des strategischen Finanzmanagements lautet, den langfristigen Erfolg eines Unternehmens finanzwirtschaftlich abzusichern. Dabei fällt der Finanzierung und Steuerung von Investitionen eine zentrale Rolle zu. Zur Finanzierung kommen unterschiedliche Möglichkeiten der Beschaffung von Eigen- und/oder Fremdkapital in Betracht, letzteres typischerweise in Form von zinstragenden Schulden. Sonderformen der Finanzierung, z. B. die Projektfinanzierung, werden gesondert und ausführlich behandelt. Dieser Kurs bietet eine Einführung in die Grundlagen der Unternehmensfinanzierung. Studierende erhalten einen praxisorientierten Überblick über die vielfältigen Möglichkeiten bei der Kapitalbeschaffung von Unternehmen, deren Besonderheiten sowie deren Vor- und Nachteile.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Merkmale und Funktionsweisen der Innen- und Außenfinanzierung der Unternehmen durch Eigen- oder Fremdkapital zu erläutern.
- das Zusammenspiel von Unternehmen, Finanzintermediären und Kapitalmärkten bei der Unternehmensfinanzierung nachzuvollziehen.
- das Spektrum der Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung zu erfassen.
- die relative Vorteilhaftigkeit der Finanzierungsformen im jeweiligen Unternehmenszusammenhang zu erörtern.

## Kursinhalt

1. Grundlagen des Finanzmanagements
  - 1.1 Ziele und Funktionen
  - 1.2 Eigenkapital versus Fremdkapital
  - 1.3 Externe versus interne Finanzierungsquellen
  - 1.4 Finanzierung und Wachstum

2. Beteiligungsfinanzierung
  - 2.1 Merkmale emissionsfähiger Unternehmen
  - 2.2 Beteiligungsfinanzierung emissionsfähiger Unternehmen
  - 2.3 Börsenplätze- und segmente
  - 2.4 Merkmale nicht-emissionsfähiger Unternehmen
  - 2.5 Venture Capital
  - 2.6 Buy-outs
3. Fremdfinanzierung
  - 3.1 Emission eines festverzinslichen Wertpapiers
  - 3.2 Rating
  - 3.3 Private versus öffentliche Platzierung
4. Innenfinanzierung
  - 4.1 Selbstfinanzierung
  - 4.2 Finanzierung aus Abschreibungen
  - 4.3 Finanzierung aus Rückstellungen
  - 4.4 Finanzierung aus Veräußerung von Vermögen
5. Alternative Finanzierungsinstrumente
  - 5.1 Asset Backed Securities
  - 5.2 Factoring
  - 5.3 Leasing
  - 5.4 Projektfinanzierung
  - 5.5 Mezzanine Capital

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Brealey, R. A./Myers, S. C./Allen, F. (2010): Principles of Corporate Finance. 10. Auflage, McGraw-Hill, London.
- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K. (2008): Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik. Konzepte der kapitalmarktorientierten Unternehmensfinanzierung. 4. Auflage, Pearson, München.
- Hillier, D. et al. (2010): Corporate Finance. McGraw-Hill, London.
- Mensch, G. (2008): Finanz-Controlling. Finanzplanung und -kontrolle. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Olfert, K. (2008): Finanzierung. 14. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2009): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 15. Auflage, Vahlen, München.
- Prätsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E. (2012): Finanzmanagement. Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Volkart, R. (2008): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 4. Auflage, Versus, Zürich.
- Wöhe G. et al. (2009): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 10. Auflage, Vahlen, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Strategisches Finanzmanagement II

Kurscode: MWFI02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden zunächst die Möglichkeiten der Optimierung von Finanzierungsentscheidungen durch Derivate dargestellt. Swaps, Futures und Optionen stellen dabei die wesentlichen Instrumente zur Risikosteuerung und der Verbesserung der Finanzierungskosten dar. Daran anschließend folgen die wesentlichen Verfahren der Investitionsrechnung zur Ermittlung der Rendite von Investitionsvorhaben. Auf Basis der dabei gewonnenen Kenntnisse über Verzinsungsmaße werden die Funktionen des strategischen Finanzcontrollings dargestellt. Dieses liefert dem Management die Instrumente zur Steuerung und Koordination von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen sowie zur Konzeption und Integration verschiedener Planungsrechnungen und der Gestaltung von Anreiz- und Kontrollsystemen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Unternehmensentscheidungen des CFO (Chief Financial Officer) nachzuvollziehen.
- die Vorteilhaftigkeit und Vergleichbarkeit von Investitionsprojekten zu erklären.
- den Zusammenhang von Finanzierungsentscheidungen mit dem Einsatz von Derivaten nachzuvollziehen.
- Planrechnungen, Budgets und Kapitalbedarfsrechnungen im Finanzcontrolling zusammenzuführen und diese als Entscheidungsgrundlage für das strategische Finanzmanagement zu nutzen.

## Kursinhalt

1. Optimierung des Finanzmanagements durch Derivate
  - 1.1 Forward Rate Agreements
  - 1.2 Futures
  - 1.3 Swaps
  - 1.4 Optionen
2. Investitionsrechnung unter Sicherheit
  - 2.1 Grundlagen
  - 2.2 Einführung in die dynamische Investitionsrechnung
  - 2.3 Methoden der dynamischen Investitionsrechnung

3. Weitere Methoden der Investitionsrechnung
  - 3.1 Investitionsrechnung unter Unsicherheit
  - 3.2 Projektlaufzeitentscheidungen
  - 3.3 Unternehmensbewertung
4. Kapital- und Finanzplanung
  - 4.1 Kapitalbedarfsplanung
  - 4.2 Finanzplanung
  - 4.3 Kapitalflussrechnung
5. Finanzcontrolling
  - 5.1 Finanzanalyse und -steuerung
  - 5.2 Wertorientiertes Controlling
  - 5.3 Riskomanagement und Risikocontrolling

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Brealey, R. A./Myers, S. C./Allen, F. (2010): Principles of Corporate Finance. 10. Auflage, McGraw-Hill, London.
- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K. (2008): Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik. Konzepte der kapitalmarktorientierten Unternehmensfinanzierung. 4. Auflage, Pearson, München.
- Hillier, D. et al. (2010): Corporate Finance. McGraw-Hill, London.
- Mensch, G. (2008): Finanz-Controlling. Finanzplanung und -kontrolle. 2.Auflage, Oldenbourg, München.
- Olfert, K. (2008): Finanzierung. 14. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2009): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 15. Auflage, Vahlen, München.
- Prätsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E. (2012): Finanzmanagement. Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Volkart, R. (2008): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 4. Auflage, Versus, Zürich.
- Wöhe G. et al. (2009): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 10. Auflage, Vahlen, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWFI02

## Corporate Finance and Investment

Module Code: DLMBCFIE

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum	none	MA	10	300 h

Semester / Term	Duration	Regularly offered in	Language of Instruction
see curriculum	Minimum 1 semester	WiSe/SoSe	English

### Module Coordinator

Prof. Dr. Andreas Simon (Advanced Corporate Finance) / Prof. Dr. Andreas Simon (Investment Analysis & Portfolio Management)

### Contributing Courses to Module

- Advanced Corporate Finance (DLMBCFIE01)
- Investment Analysis & Portfolio Management (DLMBCFIE02)

### Module Exam Type

#### Module Exam

#### Split Exam

Advanced Corporate Finance

- Study Format "Distance Learning": Module Exam

Investment Analysis & Portfolio Management

- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes

### Weight of Module

see curriculum

**Module Contents****Advanced Corporate Finance**

- Financing decisions and issuing securities
- Debt financing and leasing
- Options and futures
- Takeovers, corporate control, and governance
- Unsolved issues and the future of finance

**Investment Analysis & Portfolio Management**

- Introduction to investment analysis and portfolio management
- Portfolio selection and the optimum portfolio
- The equilibrium in capital markets and asset pricing models
- Analysis and management of securities
- Evaluation of the investment performance

**Learning Outcomes****Advanced Corporate Finance**

On successful completion, students will be able to

- identify methods of issuing corporate debt and equity securities, and understand the role of financial intermediaries.
- discuss dividend policy and corporate capital structure in perfect markets vis-à-vis imperfect markets.
- utilize a range of tools for valuing different kinds of debt.
- describe various financing options and their different forms of application in the context of corporate finance.
- discuss mergers and takeovers and the role of different parties involved in the transaction process.

**Investment Analysis & Portfolio Management**

On successful completion, students will be able to

- describe the theoretical constructs of investments and portfolio analysis.
- apply the modern portfolio theory and the theory of capital markets to practical questions of investment decisions.
- discuss the conflicting priorities between the normative theoretical approach of portfolio selection and equilibrium asset pricing on the one hand, and the practical application of investment decisions such as stock picking and technical analysis on the other hand.
- utilize various tools for researching and analyzing investment vehicles used in the context of asset pricing and asset allocation decisions.
- identify main features and practices of the global investment advisory industry.
- describe warrants and convertibles, options and futures and discuss the application of these vehicles in a portfolio investment context.

**Links to other Modules within the Study Program**

This module is similar to other modules in the field of Finance & Tax Accounting

**Links to other Study Programs of IUBH**

All Master Programmes in the Business & Management field

# Advanced Corporate Finance

Course Code: DLMBCFIE01

Study Level	Language of Instruction	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

## Course Description

The last decade has seen fundamental changes in financial markets and financial instruments. Both the theory and practice of corporate finance have been moving ahead with uncommon speed. Participants will be guided through the main areas of modern financial theory, including the pricing of assets and derivatives, corporate financial policy, and corporate control. The course emphasizes the modern fundamentals of the theory of finance and brings the theory to life with contemporary examples.

## Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- identify methods of issuing corporate debt and equity securities, and understand the role of financial intermediaries.
- discuss dividend policy and corporate capital structure in perfect markets vis-à-vis imperfect markets.
- utilize a range of tools for valuing different kinds of debt.
- describe various financing options and their different forms of application in the context of corporate finance.
- discuss mergers and takeovers and the role of different parties involved in the transaction process.

## Contents

1. Financing Decisions and Issuing Securities
  - 1.1 Types of Corporate Financing
  - 1.2 Corporations and Issuing Shares
  - 1.3 Corporations and Issuing Debt Securities
2. Dividend Policy and Capital Structure
  - 2.1 What's Your Dividend Policy?
  - 2.2 What's Your Debt Policy?
  - 2.3 Weighted Average Cost of Capital (WACC)
  - 2.4 Corporate and Personal Taxes
  - 2.5 Capital Structure and Related Theories

3. Debt Financing and Leasing
  - 3.1 Debt Valuation
  - 3.2 Rating Debt
  - 3.3 Different Kinds of Debt and Hybrid Securities
  - 3.4 Leasing as a Form of Corporate Finance
4. Options and Futures
  - 4.1 Derivative Financial Instruments, Options and Futures
  - 4.2 Valuing Options, the Binomial Model, the Black-Scholes Formula
  - 4.3 Real Options
5. Takeovers, Corporate Control, and Governance
  - 5.1 Mergers and Acquisitions
  - 5.2 LBOs, Management Buyouts, and Going Private
  - 5.3 Private Equity and the Venture Capitalist
  - 5.4 Empirical Testing of Takeover Success
  - 5.5 Corporate Governance and Corporate Control
6. Unsolved Issues and the Future of Finance
  - 6.1 What Do We Know and What Do We Not Know About Finance?
  - 6.2 The Future of Finance

**Literature****Compulsory Reading****Further Reading**

- Copeland, T. E., Weston, J. F., & Shastri, K. (2013).  
Financial theory and corporate policy  
(4th ed.). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Damodaran, A. (2001).  
Corporate finance: Theory and practice  
(4th ed.). New York City, NY: Wiley Ross.
- Hillier, D. (2013).  
Corporate finance  
(2nd ed., European edition). Maidenhead, Berkshire: McGraw-Hill.
- Hull, J. (2011).  
Options, futures, and other derivatives  
(8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Lintner, J. (1969). The valuation of risk assets and the selection of risky investments in stock portfolios and capital budgets.  
The Review of Economics and Statistics,  
  
47  
(1), 13–37.
- Smart, S. B., Megginson, W. L., & Gitman, L. J. (2008).  
Corporate finance  
(2nd ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Weston, F. J., Mitchell, M. L., & Mulherin, H. J. (2004).  
Takeovers, restructuring and corporate governance  
. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

**Study Format Distance Learning**

<b>Study Format</b> Distance Learning	<b>Course Type</b> Online Lecture
--	--------------------------------------

<b>Information about the examination</b>	
<b>Examination Admission Requirements</b>	<b>BOLK:</b> yes <b>Course Evaluation:</b> no
<b>Type of Exam</b>	Module Exam

<b>Student Workload</b>					
<b>Self Study</b>	<b>Presence</b>	<b>Tutorial</b>	<b>Self Test</b>	<b>Practical Experience</b>	<b>Hours Total</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Instructional Methods</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template	<input checked="" type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Investment Analysis & Portfolio Management

Course Code: DLMBCFIE02

Study Level	Language of Instruction	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

## Course Description

Security analysis, asset allocation strategies, and the optimal composition of portfolios of financial assets are some of the most important fields of advanced financial management. This course is designed to bring together investment analysis and portfolio theory and their implementation with regard to portfolio management. Topics to be covered are the theory of portfolio selection and the theory's application, the hypotheses of efficient capital markets and the capital market equilibrium, analysis of investments and the evaluation of portfolios (or mutual funds) of common stocks, bonds, international assets, and other asset classes. Students will be directed through a broad and critical evaluation of the various investment strategies for maximizing returns and minimizing risk on portfolios. Investment analysis and portfolio management is a truly global topic. As a consequence, the course will take an international perspective, provide an insight into the global investment advisory industry, and discuss best-practice approaches around the globe.

## Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- describe the theoretical constructs of investments and portfolio analysis.
- apply the modern portfolio theory and the theory of capital markets to practical questions of investment decisions.
- discuss the conflicting priorities between the normative theoretical approach of portfolio selection and equilibrium asset pricing on the one hand, and the practical application of investment decisions such as stock picking and technical analysis on the other hand.
- utilize various tools for researching and analyzing investment vehicles used in the context of asset pricing and asset allocation decisions.
- identify main features and practices of the global investment advisory industry.
- describe warrants and convertibles, options and futures and discuss the application of these vehicles in a portfolio investment context.

## Contents

1. Introduction to Investment Analysis and Portfolio Management
  - 1.1 The Asset Management and Investment Advisory Industry
  - 1.2 Financial Instruments, Derivatives, and Organization of Securities Markets
  - 1.3 The History of Investment Analysis

2. Portfolio Selection and the Optimum Portfolio
  - 2.1 Mean Variance Portfolio Theory
  - 2.2 The Calculation of Risk and Return
  - 2.3 Efficient Portfolios and Techniques for Calculating the Efficient Frontier
  - 2.4 Single-Index Models and Multi-Index Models
  - 2.5 International Diversification
3. Equilibrium in Capital Markets and Asset Pricing Models
  - 3.1 Equilibrium in Capital Markets and the Standard Capital Asset Pricing Model
  - 3.2 Empirical Tests of Equilibrium Models
  - 3.3 Extensions to the Single-Factor Capital Asset Pricing Model
  - 3.4 Multifactor Asset Pricing Models: Arbitrage Pricing Theory and the Fama-French Model
4. Analysis of Securities
  - 4.1 Macro- and Microanalyses of Industries and Companies
  - 4.2 Stock Valuation, Intrinsic Value and Market Value Determinants, and Valuation Techniques
  - 4.3 The Analysis and Valuation of Bonds
  - 4.4 Technical Analysis and Behavioral Finance
5. Management of Securities
  - 5.1 The Efficient Market Hypothesis
  - 5.2 Stock and Bond Portfolio Management Strategies Using Active vs Passive Strategies
  - 5.3 Asset Allocation Strategies
6. Investment Vehicles
  - 6.1 Mutual Funds: Types, Industry, and Participants
  - 6.2 Hedge Funds
  - 6.3 Private Equity Funds
7. Evaluation of Investment Performance
  - 7.1 Globalization and International Investing
  - 7.2 Investment Process
  - 7.3 Evaluation of Portfolio Performance Using the Sharpe Ratio, Jensen Measure, Treynor Measure, and Other Measures
  - 7.4 Evaluation of Security Analysis

**Literature****Compulsory Reading****Further Reading**

- Elton, E.J./Gruber, M.J./Brown, S.J. (2014): Modern portfolio theory and investment analysis. 9<sup>th</sup> edition, New York City, NY: John Wiley & Sons.
- Reilly, F.K./Brown, K.C. (2008): Investment analysis and portfolio management. 10<sup>th</sup> edition, Boston, MA: Cengage Learning.
- Alexander, G.J./Sharpe, W.F./Bailey, J.V. (2001): Fundamentals of investments. 3<sup>rd</sup> edition, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Levy, H./Post, T. (2004): Investments. Boston, MA: Addison-Wesley.
- Fabozzi, F.J./Modigliani, F. (2009): Capital markets: Institutions and instruments. 4<sup>th</sup> edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Markowitz, H.M. (1952): Portfolio selection. *Journal of Finance*, 7(1), 77–91.
- Fama, E.F. (1970): Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. *The Journal of Finance*, 25(2), 383–417.
- Fama, E.F./French, K.R. (1992): The cross-section of expected stock returns. *Journal of Finance*, 47(2), 427–465.
- Sharpe, W.F. (1964): Capital asset prices: A theory of market equilibrium under conditions of risk. *The Journal of Finance*, 19(3), 425–442.
- Lintner, J. (1969): The valuation of risk assets and the selection of risky investments in stock portfolios and capital budgets. *The Review of Economics and Statistics*, 47(1), 13–37.
- Mossin, J. (1966): Equilibrium in a capital asset market. *Econometrica*, 34(4), 768–783.
- Ross, S.A. (1976): The arbitrage theory of capital asset pricing. *Journal of Economic Theory*, 13(3), 341–360.

**Study Format Distance Learning**

<b>Study Format</b> Distance Learning	<b>Course Type</b> Online Lecture
--	--------------------------------------

<b>Information about the examination</b>	
<b>Examination Admission Requirements</b>	<b>BOLK:</b> yes <b>Course Evaluation:</b> no
<b>Type of Exam</b>	Exam, 90 Minutes

<b>Student Workload</b>					
<b>Self Study</b>	<b>Presence</b>	<b>Tutorial</b>	<b>Self Test</b>	<b>Practical Experience</b>	<b>Hours Total</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Instructional Methods</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template	<input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMBCFIE02

# Projektmanagement

Modulcode: MWPT

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Sarstedt (Methoden des Projektmanagements) / Prof. Dr. Margit Sarstedt (Projektmanagement mit dem PMBOK Guide)

## Kurse im Modul

- Methoden des Projektmanagements (MWPT01)
- Projektmanagement mit dem PMBOK Guide (MWPT02)

## Art der Prüfung(en)

<b>Modulprüfung</b>	<b>Teilmodulprüfung</b>
	<u>Methoden des Projektmanagements</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten</li> </ul> <u>Projektmanagement mit dem PMBOK Guide</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht</li> </ul>

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p><b>Lehrinhalt des Moduls</b></p> <p><b>Methoden des Projektmanagements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aspekte der Projektwirtschaft</li> <li>▪ Projektmanagementsystem</li> <li>▪ Normen, Standards und Methoden des Projektmanagements</li> <li>▪ Projektorganisation und -portfoliomanagement</li> </ul> <p><b>Projektmanagement mit dem PMBOK Guide</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Initiierungsphase</li> <li>▪ Planungsphase</li> <li>▪ Projektmanagementprozesse in der Durchführungsphase</li> <li>▪ Projektmanagementprozesse der Überwachungs- und Steuerungsphase sowie der Abschlussphase</li> </ul>	
<p><b>Qualifikationsziele des Moduls</b></p> <p><b>Methoden des Projektmanagements</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ die harten und weichen Erfolgsfaktoren des Projektmanagements voneinander abzugrenzen und zu erläutern.</li> <li>▪ die Methoden und Werkzeuge zu skizzieren und die situationsadäquate Auswahl derselben zu begründen.</li> <li>▪ die Steuerung von Projekten zu skizzieren.</li> <li>▪ kritische Erfolgsfaktoren zu klassifizieren.</li> </ul> <p><b>Projektmanagement mit dem PMBOK Guide</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ihre Erfahrung mit weichen und harten Erfolgsfaktoren des Projektmanagements im Rahmen des Praxisbeispiels vor dem Hintergrund ihrer theoretischen Kenntnisse zu reflektieren.</li> <li>▪ theoretisch fundierte und praktisch bewährte Methoden und Werkzeuge auf ihr Umfeld zu transferieren und zu entscheiden, welcher Detailgrad im Projektmanagement anzuwenden ist und welche Methoden in das jeweilige Umfeld passen.</li> <li>▪ internationalen Aspekte und die unterschiedlichen Kulturen, in denen Projekte stattfinden können, bei ihrer Projektplanung zu berücksichtigen.</li> <li>▪ sich eigene Hilfsmittel abzuleiten, mit deren Einsatz sie ein Projekt strukturiert zum Erfolg führen können. Darüber hinaus sind sie befähigt, die weichen Erfolgsfaktoren zu erkennen und zu managen.</li> </ul>	
<p><b>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</b></p> <p>Baut auf Modulen aus dem Bereich Projektmanagement auf</p>	<p><b>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</b></p> <p>Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft &amp; Management</p>

# Methoden des Projektmanagements

Kurscode: MWPT01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Den Schwerpunkt des Kurses bilden die theoretischen Grundlagen des Projektmanagements. Nach einer Definition des Projektmanagements und seiner Abgrenzung zum Linienmanagement werden die organisationstheoretischen Aspekte von Projekten und deren Auswirkungen auf das Management betrachtet. Danach werden den Teilnehmern die gängigen Methoden des Projektmanagements (DIN 69901, IPMA/GPM, PRINCE2, PMBOK Guide, V-Modell, Scrum) und ihre Einsatzmöglichkeiten vorgestellt. Nach dieser Einführung in die Grundlagen der Projektmanagementmethoden wird das in internationalen Unternehmen häufig anzutreffende Multiprojektmanagement mit seinen spezifischen Herausforderungen betrachtet. Eng verbunden mit dem Multiprojektmanagement ist das Projektportfoliomanagement. Die Teilnehmer erfahren, welche Instrumente und Prozesse zur Abstimmung und Steuerung eines Projektportfolios zum Einsatz kommen. Ergänzend zu den formalen Werkzeugen und Methoden, den sogenannten harten Faktoren, werden auch Methoden zum Einsatz der weichen Faktoren, die wesentlich zum Projekterfolg beitragen, kurz dargestellt. Dazu zählen z. B. Teamaufstellung für Workshops bzw. das Projektteam, Führung eines Projektteams, Management der Erwartungen von Führungskräften in Steuerkreisen, strukturiertes Aufbereiten von Entscheidungen, Konfliktlösungsstrategien und Projektkommunikation. Abschließend werden die kritischen Erfolgsfaktoren von Projekten zusammenfassend reflektiert.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die harten und weichen Erfolgsfaktoren des Projektmanagements voneinander abzugrenzen und zu erläutern.
- die Methoden und Werkzeuge zu skizzieren und die situationsadäquate Auswahl derselben zu begründen.
- die Steuerung von Projekten zu skizzieren.
- kritische Erfolgsfaktoren zu klassifizieren.

## Kursinhalt

1. Einführung in das Projektmanagement
  - 1.1 Das Projekt
  - 1.2 Das Projektmanagement

2. Gesamt- und einzelwirtschaftliche Aspekte der Projektwirtschaft
  - 2.1 Entwicklung und Stand der Projektwirtschaft
  - 2.2 Grundfragen der Projektwirtschaft im Unternehmen
3. Das Projektmanagementsystem
  - 3.1 Modelle für Projektmanagementsysteme
  - 3.2 Die Beurteilung von Projektmanagementsystemen
4. Normen, Standards und Methoden
  - 4.1 Normen und Standards
  - 4.2 Projektmanagementmethoden
5. Projektorganisation
  - 5.1 Beteiligte und Instanzen
  - 5.2 Grundformen der Projektorganisation
6. Projektportfoliomanagement
  - 6.1 Multiprojekt-/Projektportfoliomanagement
  - 6.2 Phasenmodell des Projektportfolios

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Bergmann, R. (2008): Organisation und Projektmanagement. Physica, Heidelberg.
- Borgert, S. (2012): Holistisches Projektmanagement. Vom Umgang mit Menschen, Systemen und Veränderung. Springer, Berlin.
- Huber, A./Kuhnt, B./Diener, M. (2011): Projektmanagement. Erfolgreicher Umgang mit Soft Factors. Vdf Hochschulverlag, Zürich.
- Kerzner, H. (2008): Projektmanagement. Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung. 2. Auflage, mitp, Frechen.
- Majer, C./Stabauer, L. (2010): Social Competence im Projektmanagement. Projektteams führen, entwickeln, motivieren. Goldegg, Wien.
- Project Management Institute (PMI) (Hrsg.) (2013): A Guide to the Project Management Body of Knowledge. 5. Auflage, PMI, Newton (PA).
- Spitzczok, N./Vollmer, G. (2010): Pragmatisches IT-Projektmanagement. Softwareentwicklungsprojekte auf Basis des PMBOK Guide führen. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Tiemeyer, E. (Hrsg.) (2010): Handbuch IT-Projektmanagement. Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices. Hanser, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Projektmanagement mit dem PMBOK Guide

Kurscode: MWPT02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Den Schwerpunkt dieses Kurses bildet das Management eines länderübergreifenden Projektes mit verteilten multinationalen Projektteams im Rahmen einer Case Study. Auf Basis einer kurzen Auffrischung der Inhalte des Kurses „Methoden des Projektmanagements“ werden die Studierenden alle Phasen eines Projektes in Theorie und Praxis durchlaufen. Alle bedeutenden Prozesse der vier Phasen eines Projektes (Vorbereitung, Planung, Durchführung, Abschluss) werden in einer Prozesslandkarte visualisiert, Schritt für Schritt theoretisch beleuchtet und mit praktischen Beispielen unterlegt. So werden die Prozesse praktisch nachvollziehbar und Best Practices der Anwendung von Methoden und Werkzeugen evaluiert. In jeder Projektphase wird ein Bezug der jeweiligen Prozesse zu den Knowledge Areas und den Prozessen des PMBOK Guide hergestellt. Praxisbewährte Eingangsartefakte und die Ergebnisartefakte zu den Prozessen werden erarbeitet. Ergänzend zu den formalen Werkzeugen und Methoden werden in der Case Study auch die weichen Faktoren, die wesentlich zum Projekterfolg beitragen, vermittelt. Dazu zählen z. B. Management der Erwartungen von Führungskräften in Steuerkreisen, Teamaufstellung für Workshops bzw. das Projektteam, Führung eines Projektteams, strukturiertes Aufbereiten von Entscheidungen, Konfliktlösungsstrategien und Projektkommunikation. Zu diesem Projekt ist abschließend ein Bericht zu schreiben.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihre Erfahrung mit weichen und harten Erfolgsfaktoren des Projektmanagements im Rahmen des Praxisbeispiels vor dem Hintergrund ihrer theoretischen Kenntnisse zu reflektieren.
- theoretisch fundierte und praktisch bewährte Methoden und Werkzeuge auf ihr Umfeld zu transferieren und zu entscheiden, welcher Detailgrad im Projektmanagement anzuwenden ist und welche Methoden in das jeweilige Umfeld passen.
- internationalen Aspekte und die unterschiedlichen Kulturen, in denen Projekte stattfinden können, bei ihrer Projektplanung zu berücksichtigen.
- sich eigene Hilfsmittel abzuleiten, mit deren Einsatz sie ein Projekt strukturiert zum Erfolg führen können. Darüber hinaus sind sie befähigt, die weichen Erfolgsfaktoren zu erkennen und zu managen.

**Kursinhalt**

1. Projektmanagement mit dem PMBOK
  - 1.1 Die Nomenklatur des PMBOK
  - 1.2 Grundstrukturen von Projekten nach dem PMBOK
  - 1.3 Der Aufbau des PMBOK
2. Die Initiierungsphase
  - 2.1 Projektauftrag entwickeln
  - 2.2 Stakeholder identifizieren
3. Die Planung von Inhalt und Umfang
  - 3.1 Integrationsmanagement in der Planungsphase
  - 3.2 Inhalts- und Umfangsmanagement in der Planungsphase
  - 3.3 Projektstrukturplan erstellen
4. Terminmanagement in der Planungsphase
  - 4.1 Terminmanagement planen
  - 4.2 Vorgänge definieren und Folgen festlegen
  - 4.3 Ressourcen und Vorgangsdauer schätzen
  - 4.4 Terminplan entwickeln
5. Kostenmanagement in der Planungsphase
  - 5.1 Kostenmanagement planen
  - 5.2 Kosten schätzen
  - 5.3 Budget festlegen
6. Risiko-, Qualitäts-, HR-, Kommunikations- und Beschaffungsmanagement in der Planungsphase
  - 6.1 Risikomanagement in der Planungsphase
  - 6.2 Qualitätsmanagement in der Planungsphase
  - 6.3 Die Planung von HR, Kommunikation und Beschaffung
7. Projektmanagementprozesse der Durchführungsphase
  - 7.1 HR- und Kommunikationsmanagement in der Durchführungsphase
  - 7.2 Weitere Projektprozesse in der Durchführungsphase

8. Projektmanagementprozesse der Überwachungs- und Steuerungsphase sowie der Abschlussphase
  - 8.1 Umfangs- und Inhalts- sowie Zeitmanagement in der Überwachungs- und Steuerungsphase
  - 8.2 Kosten-, Qualitäts- und Kommunikationsmanagement in der Überwachungs- und Steuerungsphase
  - 8.3 Risiko-, Beschaffungs- und Stakeholder Management in der Überwachungs- und Steuerungsphase
  - 8.4 Prozesse der Abschlussphase

## Literatur

### Pflichtliteratur

#### Weiterführende Literatur

- Bergmann, R. (2008): Organisation und Projektmanagement. Physica, Heidelberg.
- Borgert, S. (2012): Holistisches Projektmanagement. Vom Umgang mit Menschen, Systemen und Veränderung. Springer, Berlin.
- DeMarco, T. (2007): Der Termin. Ein Roman über Projektmanagement. Hanser, München.
- Huber, A./Kuhnt, B./Diener, M. (2011): Projektmanagement. Erfolgreicher Umgang mit Soft Factors. Vdf Hochschulverlag, Zürich.
- Kerzner, H. (2008): Projektmanagement. Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung. 2. Auflage, mitp, Frechen.
- Majer, C./Stabauer, L. (2010): Social Competence im Projektmanagement. Projektteams führen, entwickeln, motivieren. Goldegg, Wien.
- Project Management Institute (PMI) (Hrsg.) (2013): A Guide to the Project Management Body of Knowledge. 5. Auflage, PMI, Newton (PA).
- Schelle, H. (2010): Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. 6. Auflage, dtv, München.
- Spitzcok, N./Vollmer, G. (2010): Pragmatisches IT-Projektmanagement. Softwareentwicklungsprojekte auf Basis des PMBOK Guide führen. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Tiemeyer, E. (Hrsg.) (2010): Handbuch IT-Projektmanagement. Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices. Hanser, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Projekt
-----------------------------------	---------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 120 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 0 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWPT02

## Digital Business und Entrepreneurship

Modulcode: DLMBWWDDBE

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Mario Boßlau (Digitale Business-Modelle) / Prof. Dr. Georg Berkel (Innovation und Entrepreneurship )

### Kurse im Modul

- Digitale Business-Modelle (DLMIDBM01)
- Innovation und Entrepreneurship (DLMBIED01-01)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

#### Teilmodulprüfung

##### Digitale Business-Modelle

- Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

##### Innovation und Entrepreneurship

- Studienformat "Berufsbegleitendes Studium": Klausur, 90 Minuten
- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### **Lehrinhalt des Moduls**

#### **Digitale Business-Modelle**

- Geschichte und Erfolgsfaktoren des Digital Business
- Trends im Digital Business
- Kenntnis und Bewertung alternativer Geschäftsmodelle im Digital Business
- Vorgehen zur Erarbeitung der strategischen Unternehmenspositionierung im Digital Business
- Kenntnis alternativer Finanzierungsmodelle
- Ziele und Vorgehen zur Erstellung des Business Plans für Digitale Business Modelle

#### **Innovation und Entrepreneurship**

- Innovationsmanagement und Entrepreneurship in einer globalisierten Welt
- Grundlagen der Entrepreneurship
- Geschäftsidee und Unternehmensgründung
- Finanzierungsquellen und Finanzierungsprozesse
- Internet, Digitales Business, und künstliche Intelligenz
- Strategische Allianzen
- Familienunternehmen

### Qualifikationsziele des Moduls

#### Digitale Business-Modelle

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Geschichte und Rahmenbedingungen digitaler Business Modelle wiederzugeben.
- die Grundzüge des Innovationsmanagements nachvollziehen zu können.
- unterschiedliche Geschäftsmodelle der digitalen Wirtschaft zu erläutern und deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- die Grundlagen der strategischen und operativen Business-Modell-Planung im E-Commerce zu erklären.
- eigenständig einen Business-Plan für ein digitales Business-Modell erstellen zu können.

#### Innovation und Entrepreneurship

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodell zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

#### Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf

#### Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

# Digitale Business-Modelle

Kurscode: DLMIDBM01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

IT-getriebene Unternehmensgründungen und Geschäftsmodelle sind Gegenstand des Kurses „Digitale Business-Modelle“. Ausgehend von der Diskussion der historischen Entwicklung und der Rahmenbedingungen des Digital Business werden alternative Geschäftsmodelle im Digital Business systematisch dargestellt und hinsichtlich der jeweiligen Stärken- und Schwächen analysiert sowie bewertet. Die Studierenden lernen die zentralen Ansätze zur Entwicklung einer eigenständigen Unternehmenspositionierung und werden in die Lage versetzt, eigenständig die zentralen Einflussfaktoren auf den Unternehmenserfolg im digitalen Business zu prüfen und zu bewerten. Abschließend werden alternative Finanzierungskonzepte für digitale Geschäftsmodelle dargestellt und kritisch gewürdigt sowie die zentralen Bestandteile eines Business Plans detailliert. Darüber hinaus wird der gesamte Prozess zur Erstellung und Definition eines Business Plans im Detail dargestellt und an Praxisbeispielen erprobt.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Geschichte und Rahmenbedingungen digitaler Business Modelle wiederzugeben.
- die Grundzüge des Innovationsmanagements nachvollziehen zu können.
- unterschiedliche Geschäftsmodelle der digitalen Wirtschaft zu erläutern und deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- die Grundlagen der strategischen und operativen Business-Modell-Planung im E-Commerce zu erklären.
- eigenständig einen Business-Plan für ein digitales Business-Modell erstellen zu können.

## Kursinhalt

1. Innovationsmanagement und Geschäftsmodelldefinitionen
  - 1.1 Grundbegriffe des Innovationsmanagements und Zusammenhang mit digitalen Geschäftsmodellen
  - 1.2 Geschäftsmodelle: Genese – Definition – Bezug zu Innovation
  - 1.3 Spezifika digitaler Geschäftsmodelle im Vergleich zu traditionellen Betrachtungen
2. Digitale Geschäftsmodelle: Definition und Elemente
  - 2.1 Neue Elemente digitaler Geschäftsmodelle
  - 2.2 Redefinition und Kernelemente digitaler Geschäftsmodelle
  - 2.3 Wertearchitektur und Wertemechanik

3. Basisarchitekturen, Standardmuster und Netzwerkintegration
  - 3.1 Grundlegende digitale Geschäftsmodellarchitekturen
  - 3.2 Standardmuster nach Geschäftsmodellelementen
  - 3.3 Netzwerke und Differenzierungsstrategien
4. Erfolgsfaktoren und Strategie
  - 4.1 Zusammenhänge zwischen den Konzepten: Geschäftsmodell, Erfolgsfaktoren und Strategie
  - 4.2 Relevante Erfolgsfaktoren digitaler Geschäftsmodelle
  - 4.3 Strategieebenen und Strategiebeispiele im Rahmen digitaler Geschäftsmodelle und deren Elemente
5. Business Case und Besonderheiten bei der Investitionsplanung
  - 5.1 Elemente des Business Case und Zusammenhang zu den bisherigen Konzepten
  - 5.2 Erlösmechanik, Umsatzplanung und Erfolgsgrößen
  - 5.3 Besonderheiten bei der Investitionsplanung

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Ahmed, P. K./Shepherd, C. D. (2010): Innovation Management. Context, strategies, systems and processes. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Bagusat, A./Hermanns, A. (2008): E-Marketing Management. Grundlagen und Prozesse für Business-to-Consumer-Märkte. Vahlen, München.
- Böhm, S. (2004): Innovationsmarketing für UMTS-Diensteangebote. DUV/Gabler, Wiesbaden.
- Brynjolfsson, E./Hu, J. Y./Smith, M. D. (2006): From Niches to Riches. Anatomy of the Long Tail. In: Sloan Management Review, 47. Jg., Heft 4, S. 67–71.
- Brynjolfsson, E./Smith M. D. (2000): Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers. In: Management Science, 46. Jg., Heft 4, S. 563–585.
- Brynjolfsson, E./Hu, J. Y./Rahman, M. (2009): Battle of the Retail Channels. How Product Selection and Geography Drive Cross-Channel Competition. In: Management Science, 55. Jg., Heft 11, S. 1755–1765.
- Bullinger, H.-J. (2012): Einführung in das Technologiemanagement. Modelle, Methoden, Praxisbeispiele. Vieweg+Teubner, Stuttgart.
- Chaffey, D./Ellis-Chadwick, F. (2012): Digital Marketing. Strategy, Implementation and Practice. 5. Auflage, Pearson Education, London.
- Hanson, W./Kalyanam, K. (2007): Internet Marketing and e-Commerce. 2. Auflage, Cengage, Boston.
- Laudon, K./Traver, C. G. (2011): E-Commerce. 7. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Lynch, J./Ariely, D. (2000): Wine Online. Search Costs and Competition on Price, Quality, and Distribution. In: Marketing Science, 19. Jg., Heft 1, S. 83–103.
- Meier, A./Stormer, H. (2009): eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. 2. Auflage, Springer, Berlin.
- Varian, H. (2000): When Commerce Moves Online. Competition Can Work in Strange Ways. In: New York Times vom 24. August 2000.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Innovation und Entrepreneurship

Kurscode: DLMBIED01-01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

In der heutigen globalisierten und digitalen Welt stehen Unternehmern mehr Möglichkeiten der Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung als jemals zuvor. Dem Unternehmertum, gleich ob in Form von Entrepreneurship oder Intrapreneurship, treten allerdings auch besondere Herausforderungen entgegen. Um die typischen Fallstricke bei Gründung und Wachstum von Unternehmen vermeiden zu können, ist ein gesundes Verständnis von Innovationsmanagement und Unternehmensgründung unabdingbar. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Finanzierung unternehmerischer Aktivität, und zwar sowohl aus dem Blickwinkel des Unternehmers, als auch des Investors. Innovationen und unternehmerische Aktivität sind ferner Grundlage und Triebfeder unserer Volkswirtschaft. Aber auch wenn man andere Volkswirtschaften betrachtet ist offenkundig, dass Innovation und Unternehmertum in jeder Phase der wirtschaftlichen Entwicklung von entscheidender Bedeutung sind. So stoßen Kleinunternehmen in Entwicklungsländern den Aufbau von ökonomischen Institutionen an, sie schaffen Angebot, Nachfrage und schließlich Märkte. Sie legen den Grundstein für wirtschaftliche Entwicklung und Wachstum. In entwickelten Volkswirtschaften sind Innovation und Unternehmertum die treibenden Kräfte hinter Wettbewerb und Wettbewerbsfähigkeit im globalen Kontext. Die wichtigste Rolle spielen dabei – in allen Teilen der Welt – Familienunternehmen. Der rasante technologische und soziale Wandel in unseren Gesellschaften erfordert dabei zum einen die innovative Nutzung digitaler Technologien (Internet und künstliche Intelligenz), und zum anderen den flexiblen Umgang mit neuen Organisationsformen (strategischen Allianzen zwischen Unternehmen. Dieser Kurs zeigt Studierenden Ideen, Motive und Treiber unternehmerischer Tätigkeit und Innovation und führt sie gleichzeitig an praktische Aspekte der Identifikation, Analyse und Entwicklung von Innovationen und Geschäftsideen heran. Dabei wird auch auf eine Kernkompetenz des Unternehmers eingegangen – die Fähigkeit mit Investoren und Partnern zu verhandeln.

**Kursziele**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodell zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

**Kursinhalt**

1. Entrepreneurship
  - 1.1 Entrepreneurship und Unternehmer
  - 1.2 Unternehmerbezogene Theorien des Entrepreneurships
  - 1.3 Die volkswirtschaftliche Signifikanz von Entrepreneurship
2. Strategie der Unternehmensgründung
  - 2.1 Unterschiedliche Gelegenheiten von Unternehmensgründungen
  - 2.2 Der Entrepreneur
  - 2.3 Geschäftsmodell und Strategie
3. Innovation und Innovationsmanagement
  - 3.1 Innovation
  - 3.2 Innovationsmanagement
  - 3.3 Der Schutz geistigen Eigentums
  - 3.4 Das BMW Empathic Design
4. Rechtsformen im internationalen Vergleich
  - 4.1 Deutschland
  - 4.2 USA

5. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität I: Finanzquellen
  - 5.1 Inkubatoren, Acceleratoren und Crowdfunding
  - 5.2 Business Angels
  - 5.3 Private Equity und Venture Capital
  - 5.4 Öffentliche Gründungsförderung
  
6. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität II: Finanzierungsprozesse
  - 6.1 Die Investorensicht: Deal Sourcing und Deal Screening
  - 6.2 Die Unternehmersicht: Verhandlung mit Investoren
  - 6.3 Valuierung von Unternehmensgründungen
  
7. Der Businessplan
  - 7.1 Zweck und Zielsetzung des Businessplans
  - 7.2 Erwartungen in Bezug auf den Businessplan
  - 7.3 Struktur und Inhalt des Businessplans
  - 7.4 Richtlinien zum Erstellen eines Businessplans
  
8. Digitale Geschäftsmodelle und künstliche Intelligenz
  - 8.1 E-Business
  - 8.2 Künstliche Intelligenz
  - 8.3 Globotics
  
9. Cooperative Strategy: Allianzen und Joint Ventures
  - 9.1 Cooperative Strategy
  - 9.2 Der richtige „Fit“
  - 9.3 Die richtige „Form“
  
10. Familienunternehmen
  - 10.1 Definition
  - 10.2 Volkswirtschaftliche Bedeutung
  - 10.3 Stärken und Schwächen

<b>Literatur</b>
<b>Pflichtliteratur</b>
<p><b>Weiterführende Literatur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alemany L. /Andreoli J.: (2018): Entrepreneurial Finance. The Art and Science of Growing Ventures, Cambridge University Press.</li> <li>▪ Barringer, B. R./Ireland, R. D. (2019): Entrepreneurship. Successfully Launching New Ventures. 6. Auflage, Pearson Harlow (UK).</li> <li>▪ Bertrand, M. /Schoar, A. (2006). The role of family in family firms. Journal of economic perspectives, 20(2), 73-96.</li> <li>▪ Bessant, J./Tidd, J. (2011): Innovation and Entrepreneurship. 2. Auflage, Wiley, Chichester (UK).</li> <li>▪ Child J./Faulkner D. /Tallmann S./Hsieh L. (o.J):. Cooperative Strategy: Managing Alliances and Networks, 3. Auflage, Oxford University Press.</li> <li>▪ Dinnar, S. /Susskind, L. E. (2019): Entrepreneurial Negotiation. Understanding and Managing the Relationships that Determine Your Entrepreneurial Success, Springer.</li> <li>▪ Evans, V. (2015): Writing a Business Plan. How to Win Backing to Start Up or Grow Your Business. 2nd Edition Pearson, Harlow (UK).</li> <li>▪ Fleming, L. (2007): Breakthroughs and the 'Long tail' of innovation. In: MIT Sloan Management Review, 49. Jg., Heft 1, S. 69-74.</li> <li>▪ Fueglistaller, U./ Fust, A./ Müller, C./ Müller, S./ Zellweger, Th;(2019): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz; Springer Gabler.</li> <li>▪ Gassmann O./Frankenberger K./Csik M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Hanser, München.</li> <li>▪ Gassmann, O. /Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, Hanser, München.</li> <li>▪ Grichnik, D. (2016): Entrepreneurial Living. Unternimm dein Leben. In 7 Zügen zur Selbständigkeit. Hanser, München.</li> <li>▪ Grichnik, D. et al. (2017): Entrepreneurship. Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.</li> <li>▪ Hauschildt, J./Salomo, S. (2011): Innovationsmanagement. 5. Auflage, Vahlen, München.</li> <li>▪ Pott O. (2015): Entrepreneurship. Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz, 2., überarbeitete Auflage, Springer. Berlin.</li> <li>▪ Richard Baldwin (2019): The Globotics Upheaval: Globalisation, Robotics and the Future of Work.</li> <li>▪ Scarborough, N. M. (2012): Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 7. Auflage, Pearson, Harlow (UK), S. 17-47.</li> <li>▪ Simon C. Parker (2018): The Economics of Entrepreneurship, 2nd Edition, Cambridge University Press.</li> <li>▪ Thomas Zellweger (2017): Managing the Family Business, Elgar.</li> </ul>

**Studienformat Berufsbegleitendes Studium**

<b>Studienform</b> Berufsbegleitendes Studium	<b>Kursart</b> Vorlesung
--	-----------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 90 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 30 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMBIED01-01

# Business Intelligence

Modulcode: DLMIWBI

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine</li> <li>▪ DLMIWBI01</li> </ul>	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	---	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Peter Poensgen (Business Intelligence I) / Dr. Peter Poensgen (Business Intelligence II)

## Kurse im Modul

- Business Intelligence I (DLMIWBI01)
- Business Intelligence II (DLMIWBI02)

## Art der Prüfung(en)

<b>Modulprüfung</b>	<b>Teilmodulprüfung</b>  <u>Business Intelligence I</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Fallstudie</li> </ul> <u>Business Intelligence II</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Seminararbeit</li> </ul>
---------------------	---

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p><b>Lehrinhalt des Moduls</b></p> <p><b>Business Intelligence I</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Motivation und Begriffsbildung</li> <li>▪ Datenbereitstellung</li> <li>▪ Data Warehouse</li> <li>▪ Modellierung multidimensionaler Datenräume</li> <li>▪ Analysesysteme</li> <li>▪ Distribution und Zugriff</li> </ul> <p><b>Business Intelligence II</b></p> <p>Vertiefung eines Themengebietes aus Business Intelligence I im Rahmen einer Seminararbeit</p>	
<p><b>Qualifikationsziele des Moduls</b></p> <p><b>Business Intelligence I</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ die Motivationen und Anwendungsfälle für Business Intelligence sowie die Grundlagen von Business Intelligence zu verstehen.</li> <li>▪ relevante Datentypen zu erläutern.</li> <li>▪ Techniken und Methoden zur Modellierung und Verbreitung von Daten zu kennen und sich zu verdeutlichen.</li> <li>▪ Techniken und Methoden zur Erzeugung und Speicherung von Informationen zu erläutern.</li> <li>▪ geeignete Business-Intelligence-Methoden für die gegebenen Anforderungen auszuwählen.</li> </ul> <p><b>Business Intelligence II</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Business Intelligence zu bearbeiten.</li> <li>▪ ein aktuelles Thema aus dem Bereich Business Intelligence selbstständig unter Verwendung der aktuellen und relevanten Literatur (Monografien und Fachzeitschriften) zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.</li> <li>▪ sich methodisch auf die Erstellung der abschließenden Master-Arbeit vorzubereiten und die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zur Erstellung einer Seminararbeit zu beherrschen.</li> </ul>	
<p><b>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</b></p> <p>Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik &amp; Software-Entwicklung auf</p>	<p><b>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</b></p> <p>Alle Master-Programme im Bereich IT &amp; Technik</p>

# Business Intelligence I

Kurscode: DLMIWBI01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Bei Business Intelligence geht es um die Generierung von Informationen auf Basis von Betriebsdaten. Sie dient dazu, zielorientierte Managementpraktiken sowie die Optimierung relevanter Geschäftsaktivitäten zu ermöglichen. Dieser Kurs stellt Techniken, Methoden und Modelle für die Datenbereitstellung und die Erzeugung, Analyse und Verbreitung von Informationen vor und diskutiert sie.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Motivationen und Anwendungsfälle für Business Intelligence sowie die Grundlagen von Business Intelligence zu verstehen.
- relevante Datentypen zu erläutern.
- Techniken und Methoden zur Modellierung und Verbreitung von Daten zu kennen und sich zu verdeutlichen.
- Techniken und Methoden zur Erzeugung und Speicherung von Informationen zu erläutern.
- geeignete Business-Intelligence-Methoden für die gegebenen Anforderungen auszuwählen.

## Kursinhalt

1. Motivation und Einführung
  - 1.1 Motivation und historische Entwicklung des Feldes
  - 1.2 Business Intelligence als Framework
2. Datenbereitstellung
  - 2.1 Operative und dispositive Systeme
  - 2.2 Das Data-Warehouse-Konzept
  - 2.3 Architekturvarianten
3. Data Warehouse
  - 3.1 Der ETL-Prozess
  - 3.2 DWH- und Data-Mart-Konzepte
  - 3.3 ODS und Metadaten

- 4. Modellierung multidimensionaler Datenräume
  - 4.1 Datenmodellierung
  - 4.2 OLAP-Würfel
  - 4.3 Physikalische Speicherkonzepte
  - 4.4 Sternenschema und Schneeflockenschema
  - 4.5 Historisierung
  
- 5. Analytische Systeme
  - 5.1 Freiform-Datenanalyse und OLAP
  - 5.2 Berichtssysteme
  - 5.3 Modellbasierte Analysesysteme
  - 5.4 Konzeptorientierte Systeme
  
- 6. Verteilung und Zugriff
  - 6.1 Informationsverteilung
  - 6.2 Informationszugang

**Literatur**

**Pflichtliteratur**

**Weiterführende Literatur**

- Kimball, R. (2013): The data warehouse toolkit: The definitive guide to dimensional modeling. 3rd edition, Wiley, Indianapolis, IN.
- Linstedt, D. / Olschimke, M. (2015): Building a scalable data warehouse with Data Vault 2.0. Morgan Kaufmann, Waltham, MA.
- Provost, F. (2013): Data science for business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking. O'Reilly, Sebastopol, CA.
- Sherman, R. (2014): Business intelligence guidebook: From data integration to analytics. Morgan Kaufmann, Waltham, MA.
- Turban, E. et al (2010): Business intelligence. A managerial approach. 2nd edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Fallstudie
-----------------------------------	------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Fallstudie

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 110 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 20 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 20 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Business Intelligence II

Kurscode: DLMIWBI02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	DLMIWBI01

## Beschreibung des Kurses

Unter Anwendung und Vertiefung der im Kurs „Business Intelligence (I)“ vermittelten Inhalte erstellen die Studierenden in diesem Kurs selbstständig eine Seminararbeit. Dementsprechend werden die Studierenden mit der Methodik der Erarbeitung einer Seminararbeit vertraut gemacht. Dabei wird auf die Bereiche Recherche, Methodik und Analyse im Besonderen eingegangen. Die Studierenden wählen in Abstimmung mit dem Seminarleiter ein konkretes Thema aus dem bereitgestellten Themenkatalog aus und bearbeiten es in Form einer 7–10-seitigen Seminararbeit (unter Beachtung der Vorgaben im Leitfaden für Seminararbeiten). Hierbei sollen die Studierenden auch mit dem Thema Literaturrecherche vertraut gemacht werden. Zwischenschritte in der Entwicklung der Seminararbeit werden online oder in den Tutorien diskutiert. Bei diesen Diskussionen sollte auf die Logik der Methodik und auf die Analyse besonders eingegangen werden.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Business Intelligence zu bearbeiten.
- ein aktuelles Thema aus dem Bereich Business Intelligence selbstständig unter Verwendung der aktuellen und relevanten Literatur (Monografien und Fachzeitschriften) zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.
- sich methodisch auf die Erstellung der abschließenden Master-Arbeit vorzubereiten und die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zur Erstellung einer Seminararbeit zu beherrschen.

## Kursinhalt

- In diesem Kurs wird ein ausgewähltes Themengebiet aus dem Kurs Business Intelligence I durch die Erstellung einer Seminararbeit vertieft. Ein aktueller und in der Online-Plattform des Moduls bereitgestellter Themenkatalog bietet die inhaltliche Basis und kann vom Seminarleiter ergänzt bzw. aktualisiert werden.

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bachmann, R./Kemper, G. (2011): Raus aus der BI-Falle. Wie Business Intelligence zum Erfolg wird. 2. Auflage, mitp, Frechen.
- Bauer, H./Günzel, H. (Hrsg.) (2008): Data Warehouse Systeme. Architektur, Entwicklung, Anwendung. 3. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Engels, C. (2008): Basiswissen Business Intelligence. W3L, Dortmund.
- Kemper, H.-G./Baars, H./Mehanna, W. (2010): Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen. Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung. 3. Auflage, Vieweg+Teubner, Wiesbaden.
- Turban, E. et al. (2010): Business Intelligence. A Managerial Approach. 2. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Stock, S./Gansor, T./Totok, A. (2010): Von der Strategie zum Business Intelligence Competency Center (BICC). Konzeption – Betrieb – Praxis. Hanser, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Seminar
-----------------------------------	---------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 120 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 0 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Supply Chain Management

Modulcode: MWCH

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sebastian Stütz (Globales Supply Chain Management) / Prof. Dr. Sebastian Stütz (Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain)

## Kurse im Modul

- Globales Supply Chain Management (MWCH01)
- Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain (MWCH02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

Globales Supply Chain Management

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls**

**Globales Supply Chain Management**

- Wertschöpfungsnetzwerke – Motive, Typologien, Ziele
- Stoßrichtungen von SCM-Strategien

**Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain**

- SCM-Instrumente
- Controlling-Systeme in Wertschöpfungsnetzwerken
- Risikomanagement in Wertschöpfungsnetzwerken

### Qualifikationsziele des Moduls

#### Globales Supply Chain Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben des Supply Chain Management anzugeben und wie es sich vom reinen Logistikmanagement unterscheidet.
- die Werkzeuge und Instrumentarien zur Gestaltung von SCM anzugeben.
- mögliche Maßnahmen zur Vermeidung von Hindernissen bei der Implementierung und dem Betrieb von Supply Chains aufzuführen.
- die mögliche Auswirkung der Koordination von Kooperationen auf das Supply Chain Management zu beurteilen.
- die grundsätzlichen Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien zu benennen und ihre Inhalte anzugeben.
- die Motive für Qualitätsmanagement im SCM und die Methoden und Instrumente die zum Einsatz kommen anzugeben.
- zu beurteilen, welche betriebswirtschaftliche Software die Funktionen der Supply Chain unterstützen und steuern kann.

#### Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einzuschätzen, welche Aufgaben das Controlling hat und welche Problematiken bei der Implementierung von Controllingsystemen in Supply Chains entstehen können.
- die Bedeutung der Kennzahlen im Supply Chain Controlling einzuschätzen und zu wissen, wie diese eingesetzt werden.
- die Instrumente des SC-Controllings wiederzugeben und zu folgern, warum eine Kombination von klassischen und innovativen Controllinginstrumenten erfolgt.
- zu bestimmen, wann SCM-Software im Controlling eingesetzt wird und was bei ihrer Implementierung zu beachten ist.
- die Hilfsmittel des Controllings zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.
- die Risiken, die den Erfolg einer Supply Chain beeinflussen, zu benennen und zu erläutern, warum Risikomanagement innerhalb von Supply Chains betrieben wird bzw. welche Strategien es hierzu gibt.
- die Organisationsgestaltung mit System Dynamics zu und den Einsatz im Supply Chain Management zu erläutern.

#### Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Transport & Logistik auf

#### Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Master-Programme im Bereich Transport & Logistik

# Globales Supply Chain Management

Kurscode: MWCH01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Ein problemadäquates Verständnis global agierender Wertschöpfungsnetzwerke setzt die Kenntnis über deren Entstehungsmotive und Ziele voraus. Ferner erscheint es angesichts der dazu ersichtlichen Vielfalt überaus nützlich, diese in bestimmten Typologien zu systematisieren. Auf der Grundlage solcher Systematisierungen ist es dann möglich, das Spektrum von strategisch relevanten Fragestellungen und Gestaltungsoptionen im Bereich des SCM in differenzierter Form zu systematisieren. Außerdem wird damit auch die Möglichkeit geschaffen, die in diesem Zusammenhang besonders einschlägigen instrumentellen Kategorien des SCM darzustellen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben des Supply Chain Management anzugeben und wie es sich vom reinen Logistikmanagement unterscheidet.
- die Werkzeuge und Instrumentarien zur Gestaltung von SCM anzugeben.
- mögliche Maßnahmen zur Vermeidung von Hindernissen bei der Implementierung und dem Betrieb von Supply Chains aufzuführen.
- die mögliche Auswirkung der Koordination von Kooperationen auf das Supply Chain Management zu beurteilen.
- die grundsätzlichen Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien zu benennen und ihre Inhalte anzugeben.
- die Motive für Qualitätsmanagement im SCM und die Methoden und Instrumente die zum Einsatz kommen anzugeben.
- zu beurteilen, welche betriebswirtschaftliche Software die Funktionen der Supply Chain unterstützen und steuern kann.

## Kursinhalt

1. Motive und Wirkungseffekte von logistischen Wertschöpfungsnetzwerken
  - 1.1 Was bedeutet Supply Chain Management?
  - 1.2 Was ist Logistikmanagement?
  - 1.3 Dienstleister in der Supply Chain
  - 1.4 Bedeutung des Supply Chain Managements

2. Typologien von SCM und Gestaltungsmodelle
  - 2.1 Supply Chain-Strategie
  - 2.2 Instrumente für Supply Chain-Strategien
  - 2.3 Bestandsreduzierung im Lagermanagement
  - 2.4 Frachtkostenreduzierung im Rahmen der Transportkostenpolitik
  - 2.5 Efficient Replenishment
3. Problemnahe Konzepte und korrespondierende Führungskonzepte
  - 3.1 Probleme im Rahmen der Supply Chain
  - 3.2 Schnittstellen in der Supply Chain
  - 3.3 Der Bullwhip-Effekt
  - 3.4 Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR)
4. Aufgaben und Ziele des SCM
  - 4.1 Aufgaben im Supply Chain Management
  - 4.2 Ziele des Supply Chain Managements
  - 4.3 Sustainable Supply Chain Management (SSCM)
5. Kooperation und Koordination
  - 5.1 Die Unternehmensstrategie
  - 5.2 Sinnvolle Unternehmensstrategien: Instrumente und Methoden
  - 5.3 Strategische Allianzen im Kontext des Supply Chain Managements
  - 5.4 Voraussetzungen für erfolgreiche Kooperationen
  - 5.5 Bündelung von Aktivitäten und Prozessanpassungen in Kooperationen
6. Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien
  - 6.1 Versorgungsstrategien
  - 6.2 Entsorgungsstrategien
  - 6.3 Die Wiederverwertung, Wieder-/ Weiterverwendung und die entsprechenden Strategien
7. Qualitätssicherung
  - 7.1 Qualitätsmanagementsysteme
  - 7.2 Qualitätssicherung im Supply Chain Management
  - 7.3 Methoden im Qualitätsmanagement
  - 7.4 Instrumente in der Organisationsgestaltung

- |  |
|--|
| 8. Informationsgewinnung                               |
| 8.1 Informationstechnologie im Supply Chain Management |
| 8.2 Betriebswirtschaftliche Software                   |
| 8.3 Die Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument    |

<b>Literatur</b>
<b>Pflichtliteratur</b>
<b>Weiterführende Literatur</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>Arndt, H. (2010): Supply Chain Management. Optimierung logistischer Prozesse. 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.</li><li>Chopra, S./Meindl, P. (2007): Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation. 3. Auflage, Pearson, New Jersey.</li><li>Cohen, S./Roussel, J. (2006): Strategisches Supply Chain Management. Springer, Berlin/Heidelberg.</li><li>Corsten, H./Gössinger, R. (2008): Einführung in das Supply Chain Management. 2. Auflage, Oldenbourg, München.</li><li>Handfield, R. B./Nichols, E. L. (2008): Introduction to Supply Chain Management. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).</li><li>Petry, T. (2006): Netzwerkstrategie. Kern eines integrierten Managements von Unternehmungsnetzwerken. Gabler, Wiesbaden.</li><li>Pfohl, H. C. (2009): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8 Auflage, Springer, Berlin.</li><li>Schulte, C. (2009): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 5. Auflage, Vahlen, München.</li><li>Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2008): Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Case Studies. 3. Auflage, McGraw-Hill, Boston.</li><li>Werner, H. (2010): Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.</li></ul>

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 90 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 30 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Kurscode: MWCH02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Globale Wertschöpfungsnetzwerke erweisen sich als überaus dynamische und teilweise auch fragile Konstruktionen. Diese Beobachtung lenkt den Blick auf zwei wichtige Aspekte des SCM: Einerseits auf das Erfordernis der Entwicklung eines effektiven und effizienten Controllings-Systems für solche Supply Chains. Die dort über Kennzahlensysteme generierten Steuerungsinformationen vermögen wichtige Beiträge zur Stabilisierung und Optimierung des Wertschöpfungsnetzwerks leisten. Andererseits auf die Notwendigkeit eines systematischen Risikomanagements, in dessen Mittelpunkt eine möglichst frühzeitige Identifikation, Prognose, Steuerung und Überwachung von „Sollbruchstellen“ im Wertschöpfungsnetzwerk steht.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einzuschätzen, welche Aufgaben das Controlling hat und welche Problematiken bei der Implementierung von Controllingsystemen in Supply Chains entstehen können.
- die Bedeutung der Kennzahlen im Supply Chain Controlling einzuschätzen und zu wissen, wie diese eingesetzt werden.
- die Instrumente des SC-Controllings wiederzugeben und zu folgern, warum eine Kombination von klassischen und innovativen Controllinginstrumenten erfolgt.
- zu bestimmen, wann SCM-Software im Controlling eingesetzt wird und was bei ihrer Implementierung zu beachten ist.
- die Hilfsmittel des Controllings zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.
- die Risiken, die den Erfolg einer Supply Chain beeinflussen, zu benennen und zu erläutern, warum Risikomanagement innerhalb von Supply Chains betrieben wird bzw. welche Strategien es hierzu gibt.
- die Organisationsgestaltung mit System Dynamics zu und den Einsatz im Supply Chain Management zu erläutern.

**Kursinhalt**

1. Grundsätzliches zum Controlling in und von Supply Chains
  - 1.1 Konzeptionierung des Controllings in Supply Chain Management-Systemen
  - 1.2 Die Bedeutung des Controllings in der Supply Chain
  - 1.3 Cost Tracking
  - 1.4 Verschiedene Arten des Supply Chain Controllings
2. Kennzahlensysteme in der Supply Chain
  - 2.1 Bedeutungen von Kennzahlen
  - 2.2 Arten von Kennzahlen in der Supply Chain
  - 2.3 Visualisierung von Kennzahlen
3. Instrumente im Supply Chain Controlling
  - 3.1 SCOR-Modelle als Steuerungsinstrumente
  - 3.2 Von den traditionellen zu den innovativen Instrumenten
4. Controlling der Supply Chain im Zusammenhang mit Informationstechnik
  - 4.1 ERP-Systeme
  - 4.2 CRM- und SCM-Systeme
  - 4.3 Fallbeispiel zur Implementierung eines SCM-Systems
  - 4.4 Erfolgsfaktoren für die Nutzung von SCM-Software
5. Hilfsmittel des Controllings in der Supply Chain
  - 5.1 Prozesskostenrechnung
  - 5.2 Benchmarking
6. Risikomanagement in der Supply Chain
  - 6.1 Risiken in der Supply Chain
  - 6.2 Risikoquellen in der Supply Chain
  - 6.3 Risiken und Unternehmenserfolg
7. Risikopolitische Strategien in der Supply Chain
  - 7.1 Risikomanagement innerhalb der Supply Chain
  - 7.2 Risikoanalyse
  - 7.3 Risikobewertung
  - 7.4 Risikovorsorge

8. Organisationsgestaltung durch Systemdenken und Simulationsansätze
  - 8.1 Grundlagen der Organisationsgestaltung
  - 8.2 System Dynamics: Systemdenken und -simulation
  - 8.3 Das Active Data Warehousing als technologischer Ansatz für Supply Chain Controlling und Risikomanagement

## Literatur

### Pflichtliteratur

#### Weiterführende Literatur

- Chopra, S./Meindl, P. (2007): Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation. 3. Auflage, Pearson, New Jersey.
- Cohen, S./Roussel, J. (2006): Strategisches Supply Chain Management. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Corsten, H./Gössinger, R. (2008): Einführung in das Supply Chain Management. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Handfield, R. B./Nichols, E. L. (2008): Introduction to Supply Chain Management. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Petry, T. (2006): Netzwerkstrategie. Kern eines integrierten Managements von Unternehmungsnetzwerken. Gabler, Wiesbaden.
- Pfohl, H. C. (2009): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8. Auflage, Springer, Berlin.
- Schulte, C. (2009): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2008): Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Case Studies. 3. Auflage, McGraw-Hill, Boston.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWCH02

## Data Science and Analytics

Module Code: DLMBDSA

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum	none	MA	10	300 h

Semester / Term	Duration	Regularly offered in	Language of Instruction
see curriculum	Minimum 1 semester	WiSe/SoSe	English

### Module Coordinator

Prof. Dr. Ulrich Kerzel (Data Science) / Prof. Dr. Ulrich Kerzel (Analytical Software and Frameworks)

### Contributing Courses to Module

- Data Science (DLMBDSA01)
- Analytical Software and Frameworks (DLMBDSA02)

### Module Exam Type

#### Module Exam

#### Split Exam

##### Data Science

- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes

##### Analytical Software and Frameworks

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Written Assignment

### Weight of Module

see curriculum

**Module Contents****Data Science**

- Introduction to data science
- Use cases and performance evaluation
- Pre-processing of data
- Processing of data
- Selected mathematical techniques
- Selected artificial intelligence techniques

**Analytical Software and Frameworks**

- Introduction to analytical software and frameworks
- Data storage
- Statistical modeling
- Machine learning
- Cloud computing platforms
- Distributed computing
- Database technologies

**Learning Outcomes****Data Science**

On successful completion, students will be able to

- identify use cases and evaluate the performance of data-driven approaches
- comprehend how data are pre-processed in preparation for analysis.
- develop typologies for data and ontologies for knowledge representation.
- decide for appropriate mathematical algorithms to utilize data analysis for a given task.
- understand the value, applicability, and limitations of artificial intelligence for data analysis.

**Analytical Software and Frameworks**

On successful completion, students will be able to

- comprehend how cloud computing and distributed computing support the field of data analytics.
- understand in-memory database technologies for real-time analytics.
- apply advanced statistics and machine learning solutions to solve data analysis problems.
- compare the capabilities and limitations of the presented software solutions.

**Links to other Modules within the Study Program**

This module is similar to other modules in the field(s) of Data Science & Artificial Intelligence

**Links to other Study Programs of IUBH**

All Master Programmes in the IT & Technology field(s)

# Data Science

Course Code: DLMBDSA01

Study Level	Language of Instruction	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

## Course Description

The course Data Science provides the framework to create value from data. After an introduction the course covers how to identify suitable use cases and evaluate the performance of data-driven methods. The course covers techniques for the technical processing of data and then introduces advanced mathematical techniques and selected methods from artificial intelligence that are used to analyze data and make predictions.

## Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- identify use cases and evaluate the performance of data-driven approaches
- comprehend how data are pre-processed in preparation for analysis.
- develop typologies for data and ontologies for knowledge representation.
- decide for appropriate mathematical algorithms to utilize data analysis for a given task.
- understand the value, applicability, and limitations of artificial intelligence for data analysis.

## Contents

1. Introduction to Data Science
  - 1.1 Overview of Data Science
  - 1.2 Terms and Definitions
  - 1.3 Applications & Notable Examples
  - 1.4 Sources of Data
  - 1.5 Structured, Unstructured, Streaming
  - 1.6 Typical Data Sources and their Data Type
  - 1.7 The 4 V's of Data: Volume, Variety, Velocity, Veracity
  - 1.8 Introduction to Probability Theory
  - 1.9 What Are Probabilities and Probability Distributions
  - 1.10 Introduction to Bayesian Statistics
  - 1.11 Relation to Data Science: Prediction as a Probability

2. Use Cases and Performance Evaluation
  - 2.1 Identification of Use Cases for Data Science
  - 2.2 Identifying Data Science Use Cases
  - 2.3 From Prediction to Decision: Generating Value from Data Science
  - 2.4 Evaluation of Predictions
  - 2.5 Overview of Relevant Metrics
  - 2.6 Business-centric Evaluation: the Role of KPIs
  - 2.7 Cognitive Biases and Decision-making Fallacies
3. Pre-processing of Data
  - 3.1 Transmission of Data
  - 3.2 Data Quality and Cleansing of Data
  - 3.3 Transformation of Data (Normalization, Aggregation)
  - 3.4 Reduction of Data Dimensionality
  - 3.5 Data Visualisation
4. Processing of Data
  - 4.1 Stages of Data Processing
  - 4.2 Methods and Types of Data Processing
  - 4.3 Output Formats of Processed Data
5. Selected Mathematical Techniques
  - 5.1 Linear Regression
  - 5.2 Principal Component Analysis
  - 5.3 Clustering
  - 5.4 Time-series Forecasting
  - 5.5 Overview of Further Approaches
6. Selected Artificial Intelligence Techniques
  - 6.1 Support Vector Machines
  - 6.2 Neural Networks and Deep Learning
  - 6.3 Feed-forward Networks
  - 6.4 Recurrent Networks and Memory Cells
  - 6.5 Convolutional Networks
  - 6.6 Reinforcement Learning
  - 6.7 Overview of Further Approaches

**Literature****Compulsory Reading****Further Reading**

- Agrawal, A. (2018). Prediction machines: The simple economics of artificial intelligence. Brighton, MA: Harvard Business Review.
- Hu, F. (2016). Big data: storage, sharing, and security. Boca Raton, FL: Auerbach Publications.
- Ciaburro, G., & Venkateswaran, B. (2017). Neural networks with R: Smart models using CNN, RNN, deep learning, and artificial intelligence principles. Birmingham: Packt Publishing.
- Kepner, J., & Jananathan, H. (2018). Mathematics of big data: Spreadsheets, databases, matrices, and graphs. Cambridge, MA: MIT Press.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2015). Artificial intelligence: A modern approach. New York, NY: Pearson Education.
- Géron, A. (2017). Hands-on machine learning with Scikit-Learn and TensorFlow. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.

**Study Format Distance Learning**

<b>Study Format</b> Distance Learning	<b>Course Type</b> Online Lecture
--	--------------------------------------

<b>Information about the examination</b>	
<b>Examination Admission Requirements</b>	<b>BOLK:</b> yes <b>Course Evaluation:</b> no
<b>Type of Exam</b>	Exam, 90 Minutes

<b>Student Workload</b>					
<b>Self Study</b>	<b>Presence</b>	<b>Tutorial</b>	<b>Self Test</b>	<b>Practical Experience</b>	<b>Hours Total</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Instructional Methods</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template	<input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Analytical Software and Frameworks

Course Code: DLMBDSA02

Study Level	Language of Instruction	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	DLMBDSA01

## Course Description

Analytical Software and Frameworks provides insight into contemporary software and platforms solutions for data analytics in business. The course introduces relevant frameworks and software used in modern data science projects. Commercial and open-source for cloud computing, distributed computing and machine learning, as well as a commercial development platform for in-memory database analytics, are covered. Additional software solutions may be covered by the lecturer as convenient.

## Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprehend how cloud computing and distributed computing support the field of data analytics.
- understand in-memory database technologies for real-time analytics.
- apply advanced statistics and machine learning solutions to solve data analysis problems.
- compare the capabilities and limitations of the presented software solutions.

## Contents

1. Introduction
  - 1.1 Software Systems
  - 1.2 Frameworks
  - 1.3 Distributed Computing
  - 1.4 Databases and Data Warehousing
2. Data Storage
  - 2.1 Data Clustering
  - 2.2 Data Replication
  - 2.3 Data Indexing
  - 2.4 Data Warehousing
3. Statistical Modeling Frameworks
  - 3.1 The R Project for Statistical Computing
  - 3.2 The Python Ecosystem

4. Machine Learning & Artificial Intelligence
  - 4.1 Overview of Modern Machine Learning Frameworks
  - 4.2 Introduction to TensorFlow & Keras
5. Cloud Computing Platforms & On-Premise Solutions
  - 5.1 Advantages and Disadvantages of Cloud, On-premise, and Edge Solutions
  - 5.2 Overview of Cloud Computing Solutions
6. Distributed Computing
  - 6.1 Overview of Distributed Computing Approaches
  - 6.2 Overview of Streaming Approaches
  - 6.3 Other Solutions
7. Database Technologies
  - 7.1 Overview of Database Approaches
    - 7.1.1 Row-based versus Column-based
    - 7.1.2 In Memory DB
    - 7.1.3 Relational DB versus noSQL
    - 7.1.4 Timeseries DB
  - 7.2 Overview of Database Implementations

<b>Literature</b>
<b>Compulsory Reading</b>
<p><b>Further Reading</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chambers, B., &amp; Zaharia, M. (2018). Spark: The definitive guide: Big data processing made simple . Newton, MA: O'Reilly Media.</li> <li>▪ Elmasri, R., &amp; Navathe, S. B. (2015). Fundamentals of database systems (7 th ed.). New York, NY: Pearson.</li> <li>▪ Lander, J. P. (2017). R for everyone: Advanced analytics and graphics (2 nd ed.). Boston, MA: Addison-Wesley Professional.</li> <li>▪ Lyubimov, D., &amp; Palumbo, A. (2016). Apache Mahout: Beyond MapReduce . North Charleston, SC: CreateSpace Independent Publishing.</li> <li>▪ Modi, R. (2017). Azure for architects: Implementing cloud design, DevOps, IoT, and serverless solutions on your public cloud . Birmingham: Packt Publishing.</li> <li>▪ Valliappa Lakshmanan, V. (2018). Data science on the Google Cloud Platform: Implementing end-to-end real-time data pipelines: From Ingest to machine learning . Newton, MA: O'Reilly Media.</li> <li>▪ Walkowiak, S. (2016). Big data analytics with R: Utilize R to uncover hidden patterns in your big data . Birmingham: Packt Publishing.</li> <li>▪ White, T. (2015). Hadoop: The definitive guide: Storage and analysis at Internet scale (4 th ed.). Newton, MA: O'Reilly Media.</li> <li>▪ Wittig, A., &amp; Wittig, M. (2018). Amazon Web Services in action (2 nd ed.). Shelter Island, NY: Manning Publications.</li> <li>▪ Géron, A. (2017). Hands-on machine learning with Scikit-Learn and TensorFlow . Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.</li> </ul>

**Study Format Distance Learning**

<b>Study Format</b> Distance Learning	<b>Course Type</b> Online Lecture
--	--------------------------------------

<b>Information about the examination</b>	
<b>Examination Admission Requirements</b>	<b>BOLK:</b> no <b>Course Evaluation:</b> no
<b>Type of Exam</b>	Written Assessment: Written Assignment

<b>Student Workload</b>					
<b>Self Study</b> 110 h	<b>Presence</b> 0 h	<b>Tutorial</b> 20 h	<b>Self Test</b> 20 h	<b>Practical Experience</b> 0 h	<b>Hours Total</b> 150 h

<b>Instructional Methods</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template	<input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

## Erfolgsorientiertes Controlling

Modulcode: MWCO

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gerhard Sälzer (Erfolgsorientiertes Controlling I) / Prof. Dr. Gerhard Sälzer (Erfolgsorientiertes Controlling II)

### Kurse im Modul

- Erfolgsorientiertes Controlling I (MWCO01)
- Erfolgsorientiertes Controlling II (MWCO02)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

#### Teilmodulprüfung

##### Erfolgsorientiertes Controlling I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

##### Erfolgsorientiertes Controlling II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### **Lehrinhalt des Moduls**

#### **Erfolgsorientiertes Controlling I**

- Rolle des Controllers im Unternehmen
- Überblick über Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung
- System der Teilkostenrechnung
- Break-even-Analyse
- Bestimmung des optimalen Produktionsprogramms
- Ermittlung von Preisgrenzen
- Festlegung von Verrechnungspreisen

#### **Erfolgsorientiertes Controlling II**

- Die Grenzplankostenrechnung
- Relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
- Projektcontrolling
- Die Prozesskostenrechnung
- Budgetierung – traditionelle Ansätze
- Better Budgeting – ein neuer Ansatz zur Budgetierung
- Beyond Budgeting als Alternative zur traditionellen Budgetierung
- Budgetierung – Ansätze zur leistungsadäquaten Mittelverteilung
- Kostenmanagement
- Target Costing
- Benchmarking als Instrument des Kostenmanagements
- Die Balanced Scorecard

**Qualifikationsziele des Moduls****Erfolgsorientiertes Controlling I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterschiede zwischen internem und externem Rechnungswesen zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Rechenwerke wiederzugeben.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Kostenrechnung einzuordnen.
- alle kostenrelevanten Grundbegriffe einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten, die Kosten nach Arten, Stellen und Trägern zu berechnen und die Überführung der Kosten zwischen diesen drei Kategorien durchzuführen.
- Preis sowie Preise und Gewinnschwellen zu ermitteln.

**Erfolgsorientiertes Controlling II**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- situationsbezogenen die verschiedenen Controlling-Instrumente als Lösungsansätze zu selektieren und anzuwenden.
- die Unterschiede zwischen den verschiedenen Arten der Kostenrechnung zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Methoden zu nennen.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Planungsarten/-möglichkeiten zu überblicken.
- alle controlling- und kostenrelevanten Einzelmethoden einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten die alternative Planung der Gesamt- und Einzelkosten zu berechnen und die Kontrolle bzw. Optimierung der Kosten durchzuführen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich Planung & Controlling auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Erfolgsorientiertes Controlling I

Kurscode: MWCO01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Kurs befasst sich mit Sachverhalten des betrieblichen Rechnungswesens. Der Schwerpunkt dieses Kurses liegt in der Darstellung der klassischen Ansätze der Kosten- und Leistungsrechnung auf Vollkostenbasis. Die Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) gehört neben der Finanzbuchhaltung zum betrieblichen Rechnungswesen und informiert das Unternehmen über die Wirtschaftlichkeit seines Kerngeschäfts. Die Kosten- und Leistungsrechnung dient damit der innerbetrieblichen Planung, Steuerung und Kontrolle durch die Unternehmensleitung. Neben der Einführung in die Grundbegriffe der KLR werden die vier wesentlichen Bestandteile der Istkostenrechnung erläutert. Als erstes wird die Kostenartenrechnung dargestellt, die vermittelt, welche Kosten in der Abrechnungsperiode entstanden sind. In der darauf aufbauenden Kostenstellenrechnung werden die entstandenen Kosten den verursachenden Betriebsteilen zugeordnet. In der Kostenträgerrechnung wird berechnet, wofür die Kosten angefallen sind. Die Kostenträgerrechnung unterscheidet nach Stückrechnung und Zeitrechnung. Zudem gibt es Einblicke in die Methoden der Preis- und Produktionsmengenfindung sowie die Ermittlung des Break-Even-Points als Einzelmethoden der Teilkostenbetrachtung.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterschiede zwischen internem und externem Rechnungswesen zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Rechenwerke wiederzugeben.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Kostenrechnung einzuordnen.
- alle kostenrelevanten Grundbegriffe einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten, die Kosten nach Arten, Stellen und Trägern zu berechnen und die Überführung der Kosten zwischen diesen drei Kategorien durchzuführen.
- Preis sowie Preise und Gewinnschwellen zu ermitteln.

## Kursinhalt

1. Rolle des Controllers im Unternehmen
  - 1.1 Begriff und Aufgaben des Controllings
  - 1.2 Einordnung des Controllings im Unternehmen
  - 1.3 Strategisches und operatives Controlling

2. Überblick über Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
  - 2.1 Einordnung in das betriebliche Rechnungswesen
  - 2.2 Betriebswirtschaftliche Rechengrößen
  - 2.3 Teilsysteme der Kosten- und Leistungsrechnung
3. Kostenartenrechnung
  - 3.1 Aufgaben der Kostenartenrechnung
  - 3.2 Kostendifferenzierung nach Art der Verrechnung
  - 3.3 Kostendifferenzierung nach dem Verhalten bei Beschäftigungsschwankungen
  - 3.4 Kostendifferenzierung nach Art der Kostenerfassung
  - 3.5 Kostendifferenzierung nach Art der verbrauchten Produktionsfaktoren und weitere Differenzierungsmöglichkeiten
4. Kostenstellenrechnung
  - 4.1 Grundsätze und Aufgaben der Kostenstellenrechnung
  - 4.2 Ablauf der Kostenstellenrechnung
  - 4.3 Sekundärkostenverrechnung – Anbauverfahren
  - 4.4 Sekundärkostenverrechnung – Stufenleiterverfahren
  - 4.5 Sekundärkostenverrechnung – Gleichungsverfahren
5. Kostenträgerrechnung
  - 5.1 Aufgaben der Kostenträgerstückrechnung
  - 5.2 Kostenträgerstückrechnung durch Divisionskalkulation
  - 5.3 Kostenträgerstückrechnung durch Äquivalenzziffernkalkulation
  - 5.4 Kostenträgerstückrechnung durch Zuschlagskalkulation
  - 5.5 Kostenträgerzeitrechnung
6. System der Teilkostenrechnung
  - 6.1 Vollkostenrechnung und Teilkostenrechnung
  - 6.2 Grenzkostenrechnung
  - 6.3 Einstufige Deckungsbeitragsrechnung
  - 6.4 Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung
7. Break-even-Analyse
  - 7.1 Break-even-Analyse bei Einproduktunternehmen
  - 7.2 Analyse von Mengen-, Kosten- und Preisänderungen
  - 7.3 Break-even-Analyse bei Mehrproduktunternehmen

8. Bestimmung des optimalen Produktionsprogramms
  - 8.1 Grundlagen der Programoptimierung
  - 8.2 Produktionsprogramm bei Unterbeschäftigung
  - 8.3 Produktionsprogramm bei einem Engpass
  - 8.4 Produktionsprogramm bei mehreren Engpässen
  - 8.5 Make-or-buy-Entscheidungen
9. Ermittlung von Preisgrenzen
  - 9.1 Arten von Preisgrenzen
  - 9.2 Preisuntergrenzen bei gegebenen Kapazitäten
  - 9.3 Preisuntergrenzen bei veränderlichen Kapazitäten
  - 9.4 Preisobergrenzen
10. Festlegung von Verrechnungspreisen
  - 10.1 Funktionen von Verrechnungspreisen
  - 10.2 Marktpreisorientierte Verrechnungspreise
  - 10.3 Kostenorientierte Verrechnungspreise
  - 10.4 Weitere Verrechnungspreise
  - 10.5 Besonderheiten bei Konzernverrechnungspreisen

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T. (2009): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 7. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2008): Kostenrechnung 1. Grundlagen. 10. Auflage, NWB, Herne/Berlin.
- Eberlein, J. (2010): Betriebliches Rechnungswesen und Controlling. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Rollwage, N. (2010): Kosten- und Leistungsrechnung. 7. Auflage, WRW, Köln.
- Zingel, H. (2008): Kosten- und Leistungsrechnung. Wiley-VCH, Weinheim.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Erfolgsorientiertes Controlling II

Kurscode: MWCO02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Kurs befasst sich mit Sachverhalten des betrieblichen Rechnungswesens und deren Einfluss auf das operative Controlling. Rechnungswesen und Controlling werden gegeneinander abgegrenzt, aber auch die vielfältigen Interdependenzen zwischen den einzelnen Anwendungsgebieten erläutert. Der Schwerpunkt dieses Kurses liegt in der Darstellung der Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie verschiedener spezieller Controllinginstrumente und Methoden.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- situationsbezogenen die verschiedenen Controlling-Instrumente als Lösungsansätze zu selektieren und anzuwenden.
- die Unterschiede zwischen den verschiedenen Arten der Kostenrechnung zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Methoden zu nennen.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Planungsarten/-möglichkeiten zu überblicken.
- alle controlling- und kostenrelevanten Einzelmethoden einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten die alternative Planung der Gesamt- und Einzelkosten zu berechnen und die Kontrolle bzw. Optimierung der Kosten durchzuführen.

## Kursinhalt

1. Die Grenzplankostenrechnung
  - 1.1 Systeme der Kostenrechnung: Warum Grenzplankostenrechnung?
  - 1.2 Vorgehensweise bei der Grenzplankostenrechnung
  - 1.3 Beurteilung und kritische Würdigung
2. Relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
  - 2.1 Systeme der Kostenrechnung: Was ist die relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung?
  - 2.2 Vorgehensweise bei der relativen Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
  - 2.3 Beurteilung und kritische Würdigung

3. Projektcontrolling
  - 3.1 Warum Projektcontrolling?
  - 3.2 Isolierte Kostenabweichungsanalysen
  - 3.3 Integrierte Kosten- und Leistungsanalyse
4. Die Prozesskostenrechnung
  - 4.1 Ziele und Aufgaben der Prozesskostenrechnung
  - 4.2 Struktur und Durchführung der Prozesskostenrechnung
  - 4.3 Beurteilung der Prozesskostenrechnung
5. Budgetierung – traditionelle Ansätze
  - 5.1 Wesen, Zweck und Funktionen der Budgetierung
  - 5.2 Budgetarten und Budgetierungsprozesse
  - 5.3 Kritik an der traditionellen Budgetierungspraxis
6. Better Budgeting – ein neuer Ansatz zur Budgetierung
  - 6.1 Maßnahmen des Better Budgeting
  - 6.2 Better Budgeting in der Unternehmenspraxis
  - 6.3 Kritische Würdigung des Better Budgeting
7. Beyond Budgeting als Alternative zur traditionellen Budgetierung
  - 7.1 Ursprung und Grundlagen des Beyond Budgeting
  - 7.2 Grundprinzipien des Beyond-Budgeting-Ansatzes
  - 7.3 Praktische Umsetzbarkeit und kritische Würdigung des Beyond Budgeting
8. Budgetierung – Ansätze zur leistungsadäquaten Mittelverteilung
  - 8.1 Wertanalytische Verfahren
  - 8.2 Das Zero-Base-Budgeting
  - 8.3 Das Planning – Programming – Budgeting
9. Kostenmanagement
  - 9.1 Kostenrechnung versus Kostenmanagement
  - 9.2 Ansatzpunkte des Kostenmanagements
  - 9.3 Würdigung und praktische Umsetzungsmöglichkeiten

10. Target Costing
  - 10.1 Warum Target Costing?
  - 10.2 Ablauf des Target Costing
  - 10.3 Beispiel für einen Target-Costing-Prozess
  - 10.4 Würdigung des Target Costing
11. Benchmarking als Instrument des Kostenmanagements
  - 11.1 Was ist Benchmarking?
  - 11.2 Idealtypischer Benchmarking-Prozess
  - 11.3 Praxisbeispiel bei der Tepcon AG
12. Die Balanced Scorecard
  - 12.1 Grundgedanke der Balanced Scorecard
  - 12.2 Perspektiven der Balanced Scorecard
  - 12.3 Strategieumsetzung als zentraler Aspekt des Unternehmenserfolgs
  - 12.4 Operationalisierung der Balanced Scorecard
  - 12.5 Darstellung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen in der Strategy Map

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Däumler, K. D./Grabe, J. (2009): Kostenrechnung 2. Deckungsbeitragsrechnung. 9. Auflage, NWB, Herne/Berlin.
- Eberlein, J. (2010): Betriebliches Rechnungswesen und Controlling. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M. (2008): Controlling. 11. Auflage, Vahlen, München.
- Huch, B./Behme, W./Ohlendorf, T. (2004): Rechnungswesenorientiertes Controlling. 4. Auflage, Physica, Heidelberg.
- Kaplan, R. S./Norton, D. P. (2001): Die strategiefokussierte Organisation. Führen mit der Balanced Scorecard. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Remer, D. (2005): Einführen der Prozesskostenrechnung. Grundlagen, Methodik, Einführung und Anwendung der verursachungsgerechten Gemeinkostenzurechnung. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWCO02

# Management Consulting

Modulcode: MWBC

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Andreas Herrmann (Management Consulting I) / Prof. Dr. Andreas Herrmann (Management Consulting II)

## Kurse im Modul

- Management Consulting I (MWBC01)
- Management Consulting II (MWBC02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

#### Management Consulting I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

#### Management Consulting II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Management Consulting I**

- Unternehmensberatung als professionelle Dienstleistung und im Fokus der Wissenschaft
- Entwicklung und Bedeutung der Consulting-Branche
- Consulting im betrieblichen Kontext
- IT-Beratung und Personalberatung
- Strategieberatung
- Organisations- und Transformationsberatung

**Management Consulting II**

- Rechtsfragen der Unternehmensberatung
- Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
- Normatives und strategisches Management des Beratungsbetriebes
- Marketingmanagement der Unternehmensberatung
- Beziehungsmarketing und Reputation Management

**Qualifikationsziele des Moduls****Management Consulting I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- auf Basis aktueller Methoden und Konzepte der Unternehmensberatung, den Problemlösungsbedarf in Unternehmen zu erkennen und gemeinsam mit den Klienten kundenindividuelle Lösungsstrategien zu entwickeln.
- durch den beratungsspezifischen Kompetenzerwerb zum Contract- und Projektmanagement, den vertraglichen und projektspezifischen Rahmen zu definieren, der erst eine klientenorientierte Problemlösung im Unternehmen ermöglicht.
- das vermittelte klientenzentrierte Beratungsverständnis als Grundlage für eine vertrauensvolle Berater-Klienten-Beziehung in Praxis anzuwenden.

**Management Consulting II**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fachlich-methodischen Kernkompetenzen zu den Besonderheiten der Unternehmensberatung als „professional service firm“ wiederzugeben.
- den Aufbau und die Organisation von Beratungsunternehmen, die Strategieentwicklung für wettbewerbsintensive Beratungsmärkte und v. a. den professionellen Umgang mit der wichtigsten Ressource im Beratungsunternehmen – den Mitarbeitern – zu erläutern und die Kenntnisse in der Praxis anzuwenden.
- Organisations- und Führungskonzepte zu erklären und ihre eigenen persönlich-sozialen Kompetenzen für den erfolgreichen Umgang mit Mitarbeitern und Beratungsunternehmen vor diesem Hintergrund kritisch zu reflektieren.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich  
Betriebswirtschaft & Management auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft  
& Management

# Management Consulting I

Kurscode: MWBC01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Die hohe Bedeutung der Unternehmensberatung auf betriebsindividueller sowie gesamtwirtschaftlicher Ebene wird heute nicht mehr bestritten. Beratungsleistungen steigern die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Die Beschäftigungs- und Wachstumseffekte der Beratungsindustrie sind für das Wachstum moderner Volkswirtschaften unverzichtbar. Zugleich steigt der Professionalisierungsbedarf in den beratenden Berufen sowie im Management der Beratungsprojekte und damit einhergehender Berater-Klienten-Beziehungen. Im Mittelpunkt der Unternehmensberatung steht die Erbringung professioneller Beratungsdienstleistungen. Von Unternehmensberatern wird erwartet, dass sie die betriebliche sowie marktliche Situation eines Unternehmens verstehen, bewerten und auf Basis problemlösungsorientierter Empfehlungen verbessern können. Dafür benötigen Unternehmensberater ein differenziertes Profil aus fachlich-methodischen und persönlich-sozialen Kompetenzen. Fachliche Kompetenzen umfassen die betriebswirtschaftlichen Grund- und Spezialkenntnisse der Unternehmensführung und des strategischen Managements sowie ein profundes Verständnis von Märkten und gesellschaftlichen sowie wirtschaftlichen Entwicklungen. Das Tätigkeitsprofil des Unternehmensberaters erfordert analytische Kompetenzen zur Erfassung und Bewertung von Unternehmens- und Marktsituationen. Berater müssen in der Lage sein, aufgrund strategischer Konzepte Beratungsprojekte zur nachhaltigen Unternehmenswertsteigerung zu planen, zu implementieren und einer Erfolgskontrolle zu unterziehen. Persönliche und soziale Kompetenzen ergänzen ihre fachlich-methodischen Fähigkeiten. Durch sie werden Unternehmensberater befähigt, Klientenerwartungen zu verstehen, Beratungskonzepte individuell auf den Beratungsbedarf abzustimmen und Berater-Klienten-Beziehungen aktiv i. S. einer wertschöpfenden Leistungspartnerschaft zu gestalten.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- auf Basis aktueller Methoden und Konzepte der Unternehmensberatung, den Problemlösungsbedarf in Unternehmen zu erkennen und gemeinsam mit den Klienten kundenindividuelle Lösungsstrategien zu entwickeln.
- durch den beratungsspezifischen Kompetenzerwerb zum Contract- und Projektmanagement, den vertraglichen und projektspezifischen Rahmen zu definieren, der erst eine klientenorientierte Problemlösung im Unternehmen ermöglicht.
- das vermittelte klientenzentrierte Beratungsverständnis als Grundlage für eine vertrauensvolle Berater-Klienten-Beziehung in Praxis anzuwenden.

**Kursinhalt**

1. Unternehmensberatung als professionelle Dienstleistung
  - 1.1 Unternehmensberatung, Management und Business Consulting
  - 1.2 Erscheinungsformen der Unternehmensberatung
  - 1.3 Ist Unternehmensberater ein Beruf?
2. Entwicklung und Bedeutung der Consulting-Branche
  - 2.1 Geschichte der Unternehmensberatung
  - 2.2 Volkswirtschaftliche Bedeutung der Consulting-Branche
  - 2.3 Branchenstruktur und Trends
3. Unternehmensberatung im Fokus der Wissenschaft
  - 3.1 Stand der Diskussion um ein „Consulting Research“
  - 3.2 Ausgewählte sozialwissenschaftliche Aspekte der Unternehmensberatung
  - 3.3 Ausgewählte wirtschaftswissenschaftliche Beiträge
4. Consulting im betrieblichen Kontext
  - 4.1 Consulting-Funktionen
  - 4.2 Rollen im Berater-Klienten-Verhältnis
  - 4.3 Die Alternative: Inhouse Consulting
5. IT-Beratung und Personalberatung
  - 5.1 IT-Beratung
  - 5.2 HRM-Beratung
  - 5.3 Executive Search und Outplacement-Beratung
6. Strategieberatung
  - 6.1 Gegenstand und Anlässe der Strategieberatung
  - 6.2 Strategieberatung auf Unternehmensebene
  - 6.3 Strategieberatung auf Geschäftsfeld- und Stakeholder-Ebene
7. Organisations- und Transformationsberatung
  - 7.1 Organisations- und Prozessberatung
  - 7.2 Change Management und Transformationsberatung

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bund Deutscher Unternehmensberater (BDU) (Hrsg.) (2009): Facts and Figures zum Beratermarkt. Bonn.
- Fink, D. (2009): Strategische Unternehmensberatung. Vahlen, München.
- Kieser, A. (2002): Wissenschaft und Beratung. Winter, Heidelberg.
- Kieser, A. (1998): Unternehmensberater – Händler in Problemen, Praktiken und Sinn. In: Glaser, H./Schröder, E. F./Werder, A. v. (Hrsg.): Organisation im Wandel der Märkte. Gabler, Wiesbaden, S. 191–226.
- Königswieser, R./Exner, A. (1999): Systemische Intervention. Architekturen und Designs für Berater und Veränderungsmanager. 2. Auflage, Klett-Cotta, Stuttgart.
- Kubr, M. (Hrsg.) (2002): Management Consulting. A Guide to the Profession. 4. Auflage, International Labor Office, Genf.
- Mohe, M. (2003): Klientenprofessionalisierung. Strategien und Perspektiven eines professionellen Umgangs mit Unternehmensberatung. Metropolis, Marburg.
- Mohe, M./Heinecke, H. J./Pfriehm, R. (Hrsg.) (2002): Consulting. Problemlösung als Geschäftsmodell. Theorie, Praxis, Markt. Klett-Cotta, Stuttgart.
- Moscho, A.(Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting in Deutschland. Markt, Strukturen, Strategien. Gabler, Wiesbaden.
- Niedereichholz, C./Niedereichholz, J. (Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting. Oldenbourg/ München.
- Nissen, V. (Hrsg.) (2007): Consulting Research. Unternehmensberatung aus wissenschaftlicher Perspektive. Gabler, Wiesbaden.
- Sommerlatte, T. et al. (Hrsg.) (2009): Handbuch der Unternehmensberatung. Organisationen führen und entwickeln. ESV, Berlin.
- Wolf, G. (2000): Die Krisis der Unternehmensberatung

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 90 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 30 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Management Consulting II

Kurscode: MWBC02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Beratungsunternehmen sind einem intensiven Wettbewerb ausgesetzt. Neben der wachsenden Ausdifferenzierung von internen und externen Beratungsangeboten für verschiedenste betriebliche Beratungsanlässe stehen Unternehmensberater zunehmend professionalisierten Klienten gegenüber. Ein dauerhafter Erfolg auf Beratungsmärkten setzt demnach ein professionelles Management der Beratungsunternehmung voraus. Die Besonderheiten von Beratungsunternehmen, professionelle Dienstleistungen zu entwickeln und zu vermarkten, aber auch die dynamischen Veränderungen der Beratungsmärkte erfordern ein besonderes Profil für das Management der Beratungsunternehmen. Beratungsunternehmen müssen hochflexibel, anpassungsfähig, kommunikativ und innovativ gestaltet und geführt werden.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fachlich-methodischen Kernkompetenzen zu den Besonderheiten der Unternehmensberatung als „professional service firm“ wiederzugeben.
- den Aufbau und die Organisation von Beratungsunternehmen, die Strategieentwicklung für wettbewerbsintensive Beratungsmärkte und v. a. den professionellen Umgang mit der wichtigsten Ressource im Beratungsunternehmen – den Mitarbeitern – zu erläutern und die Kenntnisse in der Praxis anzuwenden.
- Organisations- und Führungskonzepte zu erklären und ihre eigenen persönlich-sozialen Kompetenzen für den erfolgreichen Umgang mit Mitarbeitern und Beratungsunternehmen vor diesem Hintergrund kritisch zu reflektieren.

## Kursinhalt

1. Rechtsfragen der Unternehmensberatung
  - 1.1 Rechtsformen der Unternehmensberatung
  - 1.2 Beraterverträge
  - 1.3 Beraterhaftung
2. Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
  - 2.1 Bestandteile des Geschäftsmodells
  - 2.2 Die Honorierung der Berater
  - 2.3 Organisation des Beratungsunternehmens

3. Normatives Management des Beratungsbetriebes
  - 3.1 Ethische Konfliktpotenziale in der Unternehmensberatung
  - 3.2 Handlungsfelder normativen Managements
4. Strategisches Management des Beratungsbetriebes
  - 4.1 Kernfragen und Rahmenbedingungen strategischen Managements
  - 4.2 Branchenstrukturanalyse der Beraterbranche
  - 4.3 Ein Modell zur Ableitung operativer Ziele aus der Strategie
5. Marketingmanagement der Unternehmensberatung
  - 5.1 Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
  - 5.2 Strategisches Beratungs-Marketing
  - 5.3 Operatives Dienstleistungsmarketing von Unternehmensberatungen
6. Beziehungsmarketing und Reputation Management
  - 6.1 Beziehungsmarketing von Beratungsunternehmen
  - 6.2 Instrumente des Beziehungsmarketings
  - 6.3 Beratungserfolg als Basis für Reputation
  - 6.4 Lebenszyklus und Reputation – ein Gesamtmodell

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Bamberger, I./Wrona, T. (Hrsg.) (2012): Strategische Unternehmensberatung. Konzeptionen – Prozesse – Methoden. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Bürger, B. (2005): Aspekte der Führung und der strategischen Entwicklung von Professional Service Firms. Der Leverage von Ressource als Ausgangspunkt einer differenzierten Betrachtung. DUV, Wiesbaden.
- Jeschke, K. (2004): Marketingmanagement der Unternehmensberatung. Gabler, Wiesbaden.
- Kriegmeier, J. (2005): Professional Service Firms. Gabler, Wiesbaden.
- Höck, M./Keuper, F. (2001): Empirische Untersuchung zur Auswahl und Kompetenz von Beratungsgesellschaften. In: Die Betriebswirtschaft (DBW), 61. Jg., Heft 4, S. 427-442.
- Maister, D. (2000): True Professionalism. The Courage to Care About Your People, Your Clients, And Your Career. Touchstone, New York.
- Maister, D./Green, C./Galford, R. (2002): The Trusted Advisor. The Free Press, London.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Strategisches Finanzmanagement

Modulcode: MWFI

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jessica Hastenteufel (Strategisches Finanzmanagement I) / Prof. Dr. Jessica Hastenteufel (Strategisches Finanzmanagement II)

## Kurse im Modul

- Strategisches Finanzmanagement I (MWFI01)
- Strategisches Finanzmanagement II (MWFI02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

#### Strategisches Finanzmanagement I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

#### Strategisches Finanzmanagement II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Strategisches Finanzmanagement I**

- Grundlagen des Finanzmanagements
- Beteiligungsfinanzierung
- Fremdfinanzierung
- Innenfinanzierung
- Alternative Finanzierungsinstrumente

**Strategisches Finanzmanagement II**

- Optimierung des Finanzmanagements durch Derivate
- Investitionsrechnung
- Finanzcontrolling

**Qualifikationsziele des Moduls****Strategisches Finanzmanagement I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Merkmale und Funktionsweisen der Innen- und Außenfinanzierung der Unternehmen durch Eigen- oder Fremdkapital zu erläutern.
- das Zusammenspiel von Unternehmen, Finanzintermediären und Kapitalmärkten bei der Unternehmensfinanzierung nachzuvollziehen.
- das Spektrum der Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung zu erfassen.
- die relative Vorteilhaftigkeit der Finanzierungsformen im jeweiligen Unternehmenszusammenhang zu erörtern.

**Strategisches Finanzmanagement II**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Unternehmensentscheidungen des CFO (Chief Financial Officer) nachzuvollziehen.
- die Vorteilhaftigkeit und Vergleichbarkeit von Investitionsprojekten zu erklären.
- den Zusammenhang von Finanzierungsentscheidungen mit dem Einsatz von Derivaten nachzuvollziehen.
- Planrechnungen, Budgets und Kapitalbedarfsrechnungen im Finanzcontrolling zusammenzuführen und diese als Entscheidungsgrundlage für das strategische Finanzmanagement zu nutzen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich Finanzen & Steuern auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Strategisches Finanzmanagement I

Kurscode: MWFI01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Die Aufgabe des strategischen Finanzmanagements lautet, den langfristigen Erfolg eines Unternehmens finanzwirtschaftlich abzusichern. Dabei fällt der Finanzierung und Steuerung von Investitionen eine zentrale Rolle zu. Zur Finanzierung kommen unterschiedliche Möglichkeiten der Beschaffung von Eigen- und/oder Fremdkapital in Betracht, letzteres typischerweise in Form von zinstragenden Schulden. Sonderformen der Finanzierung, z. B. die Projektfinanzierung, werden gesondert und ausführlich behandelt. Dieser Kurs bietet eine Einführung in die Grundlagen der Unternehmensfinanzierung. Studierende erhalten einen praxisorientierten Überblick über die vielfältigen Möglichkeiten bei der Kapitalbeschaffung von Unternehmen, deren Besonderheiten sowie deren Vor- und Nachteile.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Merkmale und Funktionsweisen der Innen- und Außenfinanzierung der Unternehmen durch Eigen- oder Fremdkapital zu erläutern.
- das Zusammenspiel von Unternehmen, Finanzintermediären und Kapitalmärkten bei der Unternehmensfinanzierung nachzuvollziehen.
- das Spektrum der Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung zu erfassen.
- die relative Vorteilhaftigkeit der Finanzierungsformen im jeweiligen Unternehmenszusammenhang zu erörtern.

## Kursinhalt

1. Grundlagen des Finanzmanagements
  - 1.1 Ziele und Funktionen
  - 1.2 Eigenkapital versus Fremdkapital
  - 1.3 Externe versus interne Finanzierungsquellen
  - 1.4 Finanzierung und Wachstum

2. Beteiligungsfinanzierung
  - 2.1 Merkmale emissionsfähiger Unternehmen
  - 2.2 Beteiligungsfinanzierung emissionsfähiger Unternehmen
  - 2.3 Börsenplätze- und segmente
  - 2.4 Merkmale nicht-emissionsfähiger Unternehmen
  - 2.5 Venture Capital
  - 2.6 Buy-outs
3. Fremdfinanzierung
  - 3.1 Emission eines festverzinslichen Wertpapiers
  - 3.2 Rating
  - 3.3 Private versus öffentliche Platzierung
4. Innenfinanzierung
  - 4.1 Selbstfinanzierung
  - 4.2 Finanzierung aus Abschreibungen
  - 4.3 Finanzierung aus Rückstellungen
  - 4.4 Finanzierung aus Veräußerung von Vermögen
5. Alternative Finanzierungsinstrumente
  - 5.1 Asset Backed Securities
  - 5.2 Factoring
  - 5.3 Leasing
  - 5.4 Projektfinanzierung
  - 5.5 Mezzanine Capital

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Brealey, R. A./Myers, S. C./Allen, F. (2010): Principles of Corporate Finance. 10. Auflage, McGraw-Hill, London.
- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K. (2008): Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik. Konzepte der kapitalmarktorientierten Unternehmensfinanzierung. 4. Auflage, Pearson, München.
- Hillier, D. et al. (2010): Corporate Finance. McGraw-Hill, London.
- Mensch, G. (2008): Finanz-Controlling. Finanzplanung und -kontrolle. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Olfert, K. (2008): Finanzierung. 14. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2009): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 15. Auflage, Vahlen, München.
- Prätsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E. (2012): Finanzmanagement. Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Volkart, R. (2008): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 4. Auflage, Versus, Zürich.
- Wöhe G. et al. (2009): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 10. Auflage, Vahlen, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Strategisches Finanzmanagement II

Kurscode: MWF102

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden zunächst die Möglichkeiten der Optimierung von Finanzierungsentscheidungen durch Derivate dargestellt. Swaps, Futures und Optionen stellen dabei die wesentlichen Instrumente zur Risikosteuerung und der Verbesserung der Finanzierungskosten dar. Daran anschließend folgen die wesentlichen Verfahren der Investitionsrechnung zur Ermittlung der Rendite von Investitionsvorhaben. Auf Basis der dabei gewonnenen Kenntnisse über Verzinsungsmaße werden die Funktionen des strategischen Finanzcontrollings dargestellt. Dieses liefert dem Management die Instrumente zur Steuerung und Koordination von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen sowie zur Konzeption und Integration verschiedener Planungsrechnungen und der Gestaltung von Anreiz- und Kontrollsystemen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Unternehmensentscheidungen des CFO (Chief Financial Officer) nachzuvollziehen.
- die Vorteilhaftigkeit und Vergleichbarkeit von Investitionsprojekten zu erklären.
- den Zusammenhang von Finanzierungsentscheidungen mit dem Einsatz von Derivaten nachzuvollziehen.
- Planrechnungen, Budgets und Kapitalbedarfsrechnungen im Finanzcontrolling zusammenzuführen und diese als Entscheidungsgrundlage für das strategische Finanzmanagement zu nutzen.

## Kursinhalt

1. Optimierung des Finanzmanagements durch Derivate
  - 1.1 Forward Rate Agreements
  - 1.2 Futures
  - 1.3 Swaps
  - 1.4 Optionen
2. Investitionsrechnung unter Sicherheit
  - 2.1 Grundlagen
  - 2.2 Einführung in die dynamische Investitionsrechnung
  - 2.3 Methoden der dynamischen Investitionsrechnung

3. Weitere Methoden der Investitionsrechnung
  - 3.1 Investitionsrechnung unter Unsicherheit
  - 3.2 Projektlaufzeitentscheidungen
  - 3.3 Unternehmensbewertung
4. Kapital- und Finanzplanung
  - 4.1 Kapitalbedarfsplanung
  - 4.2 Finanzplanung
  - 4.3 Kapitalflussrechnung
5. Finanzcontrolling
  - 5.1 Finanzanalyse und -steuerung
  - 5.2 Wertorientiertes Controlling
  - 5.3 Riskomanagement und Risikocontrolling

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Brealey, R. A./Myers, S. C./Allen, F. (2010): Principles of Corporate Finance. 10. Auflage, McGraw-Hill, London.
- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K. (2008): Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik. Konzepte der kapitalmarktorientierten Unternehmensfinanzierung. 4. Auflage, Pearson, München.
- Hillier, D. et al. (2010): Corporate Finance. McGraw-Hill, London.
- Mensch, G. (2008): Finanz-Controlling. Finanzplanung und -kontrolle. 2.Auflage, Oldenbourg, München.
- Olfert, K. (2008): Finanzierung. 14. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2009): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 15. Auflage, Vahlen, München.
- Prätsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E. (2012): Finanzmanagement. Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Volkart, R. (2008): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 4. Auflage, Versus, Zürich.
- Wöhe G. et al. (2009): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 10. Auflage, Vahlen, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWFI02

## Corporate Finance and Investment

Module Code: DLMBCFIE

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum	none	MA	10	300 h

Semester / Term	Duration	Regularly offered in	Language of Instruction
see curriculum	Minimum 1 semester	WiSe/SoSe	English

### Module Coordinator

Prof. Dr. Andreas Simon (Advanced Corporate Finance) / Prof. Dr. Andreas Simon (Investment Analysis & Portfolio Management)

### Contributing Courses to Module

- Advanced Corporate Finance (DLMBCFIE01)
- Investment Analysis & Portfolio Management (DLMBCFIE02)

### Module Exam Type

#### Module Exam

#### Split Exam

Advanced Corporate Finance

- Study Format "Distance Learning": Module Exam

Investment Analysis & Portfolio Management

- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes

### Weight of Module

see curriculum

**Module Contents****Advanced Corporate Finance**

- Financing decisions and issuing securities
- Debt financing and leasing
- Options and futures
- Takeovers, corporate control, and governance
- Unsolved issues and the future of finance

**Investment Analysis & Portfolio Management**

- Introduction to investment analysis and portfolio management
- Portfolio selection and the optimum portfolio
- The equilibrium in capital markets and asset pricing models
- Analysis and management of securities
- Evaluation of the investment performance

**Learning Outcomes****Advanced Corporate Finance**

On successful completion, students will be able to

- identify methods of issuing corporate debt and equity securities, and understand the role of financial intermediaries.
- discuss dividend policy and corporate capital structure in perfect markets vis-à-vis imperfect markets.
- utilize a range of tools for valuing different kinds of debt.
- describe various financing options and their different forms of application in the context of corporate finance.
- discuss mergers and takeovers and the role of different parties involved in the transaction process.

**Investment Analysis & Portfolio Management**

On successful completion, students will be able to

- describe the theoretical constructs of investments and portfolio analysis.
- apply the modern portfolio theory and the theory of capital markets to practical questions of investment decisions.
- discuss the conflicting priorities between the normative theoretical approach of portfolio selection and equilibrium asset pricing on the one hand, and the practical application of investment decisions such as stock picking and technical analysis on the other hand.
- utilize various tools for researching and analyzing investment vehicles used in the context of asset pricing and asset allocation decisions.
- identify main features and practices of the global investment advisory industry.
- describe warrants and convertibles, options and futures and discuss the application of these vehicles in a portfolio investment context.

**Links to other Modules within the Study Program**

This module is similar to other modules in the field of Finance & Tax Accounting

**Links to other Study Programs of IUBH**

All Master Programmes in the Business & Management field

# Advanced Corporate Finance

Course Code: DLMBCFIE01

Study Level	Language of Instruction	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

## Course Description

The last decade has seen fundamental changes in financial markets and financial instruments. Both the theory and practice of corporate finance have been moving ahead with uncommon speed. Participants will be guided through the main areas of modern financial theory, including the pricing of assets and derivatives, corporate financial policy, and corporate control. The course emphasizes the modern fundamentals of the theory of finance and brings the theory to life with contemporary examples.

## Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- identify methods of issuing corporate debt and equity securities, and understand the role of financial intermediaries.
- discuss dividend policy and corporate capital structure in perfect markets vis-à-vis imperfect markets.
- utilize a range of tools for valuing different kinds of debt.
- describe various financing options and their different forms of application in the context of corporate finance.
- discuss mergers and takeovers and the role of different parties involved in the transaction process.

## Contents

1. Financing Decisions and Issuing Securities
  - 1.1 Types of Corporate Financing
  - 1.2 Corporations and Issuing Shares
  - 1.3 Corporations and Issuing Debt Securities
2. Dividend Policy and Capital Structure
  - 2.1 What's Your Dividend Policy?
  - 2.2 What's Your Debt Policy?
  - 2.3 Weighted Average Cost of Capital (WACC)
  - 2.4 Corporate and Personal Taxes
  - 2.5 Capital Structure and Related Theories

3. Debt Financing and Leasing
  - 3.1 Debt Valuation
  - 3.2 Rating Debt
  - 3.3 Different Kinds of Debt and Hybrid Securities
  - 3.4 Leasing as a Form of Corporate Finance
4. Options and Futures
  - 4.1 Derivative Financial Instruments, Options and Futures
  - 4.2 Valuing Options, the Binomial Model, the Black-Scholes Formula
  - 4.3 Real Options
5. Takeovers, Corporate Control, and Governance
  - 5.1 Mergers and Acquisitions
  - 5.2 LBOs, Management Buyouts, and Going Private
  - 5.3 Private Equity and the Venture Capitalist
  - 5.4 Empirical Testing of Takeover Success
  - 5.5 Corporate Governance and Corporate Control
6. Unsolved Issues and the Future of Finance
  - 6.1 What Do We Know and What Do We Not Know About Finance?
  - 6.2 The Future of Finance

**Literature****Compulsory Reading****Further Reading**

- Copeland, T. E., Weston, J. F., & Shastri, K. (2013).  
Financial theory and corporate policy  
(4th ed.). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Damodaran, A. (2001).  
Corporate finance: Theory and practice  
(4th ed.). New York City, NY: Wiley Ross.
- Hillier, D. (2013).  
Corporate finance  
(2nd ed., European edition). Maidenhead, Berkshire: McGraw-Hill.
- Hull, J. (2011).  
Options, futures, and other derivatives  
(8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Lintner, J. (1969). The valuation of risk assets and the selection of risky investments in stock portfolios and capital budgets.  
The Review of Economics and Statistics,  
  
47  
(1), 13–37.
- Smart, S. B., Megginson, W. L., & Gitman, L. J. (2008).  
Corporate finance  
(2nd ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Weston, F. J., Mitchell, M. L., & Mulherin, H. J. (2004).  
Takeovers, restructuring and corporate governance  
. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

**Study Format Distance Learning**

<b>Study Format</b> Distance Learning	<b>Course Type</b> Online Lecture
--	--------------------------------------

<b>Information about the examination</b>	
<b>Examination Admission Requirements</b>	<b>BOLK:</b> yes <b>Course Evaluation:</b> no
<b>Type of Exam</b>	Module Exam

<b>Student Workload</b>					
<b>Self Study</b>	<b>Presence</b>	<b>Tutorial</b>	<b>Self Test</b>	<b>Practical Experience</b>	<b>Hours Total</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Instructional Methods</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template	<input checked="" type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

## Investment Analysis & Portfolio Management

Course Code: DLMBCFIE02

Study Level	Language of Instruction	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

### Course Description

Security analysis, asset allocation strategies, and the optimal composition of portfolios of financial assets are some of the most important fields of advanced financial management. This course is designed to bring together investment analysis and portfolio theory and their implementation with regard to portfolio management. Topics to be covered are the theory of portfolio selection and the theory's application, the hypotheses of efficient capital markets and the capital market equilibrium, analysis of investments and the evaluation of portfolios (or mutual funds) of common stocks, bonds, international assets, and other asset classes. Students will be directed through a broad and critical evaluation of the various investment strategies for maximizing returns and minimizing risk on portfolios. Investment analysis and portfolio management is a truly global topic. As a consequence, the course will take an international perspective, provide an insight into the global investment advisory industry, and discuss best-practice approaches around the globe.

### Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- describe the theoretical constructs of investments and portfolio analysis.
- apply the modern portfolio theory and the theory of capital markets to practical questions of investment decisions.
- discuss the conflicting priorities between the normative theoretical approach of portfolio selection and equilibrium asset pricing on the one hand, and the practical application of investment decisions such as stock picking and technical analysis on the other hand.
- utilize various tools for researching and analyzing investment vehicles used in the context of asset pricing and asset allocation decisions.
- identify main features and practices of the global investment advisory industry.
- describe warrants and convertibles, options and futures and discuss the application of these vehicles in a portfolio investment context.

### Contents

1. Introduction to Investment Analysis and Portfolio Management
  - 1.1 The Asset Management and Investment Advisory Industry
  - 1.2 Financial Instruments, Derivatives, and Organization of Securities Markets
  - 1.3 The History of Investment Analysis

2. Portfolio Selection and the Optimum Portfolio
  - 2.1 Mean Variance Portfolio Theory
  - 2.2 The Calculation of Risk and Return
  - 2.3 Efficient Portfolios and Techniques for Calculating the Efficient Frontier
  - 2.4 Single-Index Models and Multi-Index Models
  - 2.5 International Diversification
3. Equilibrium in Capital Markets and Asset Pricing Models
  - 3.1 Equilibrium in Capital Markets and the Standard Capital Asset Pricing Model
  - 3.2 Empirical Tests of Equilibrium Models
  - 3.3 Extensions to the Single-Factor Capital Asset Pricing Model
  - 3.4 Multifactor Asset Pricing Models: Arbitrage Pricing Theory and the Fama-French Model
4. Analysis of Securities
  - 4.1 Macro- and Microanalyses of Industries and Companies
  - 4.2 Stock Valuation, Intrinsic Value and Market Value Determinants, and Valuation Techniques
  - 4.3 The Analysis and Valuation of Bonds
  - 4.4 Technical Analysis and Behavioral Finance
5. Management of Securities
  - 5.1 The Efficient Market Hypothesis
  - 5.2 Stock and Bond Portfolio Management Strategies Using Active vs Passive Strategies
  - 5.3 Asset Allocation Strategies
6. Investment Vehicles
  - 6.1 Mutual Funds: Types, Industry, and Participants
  - 6.2 Hedge Funds
  - 6.3 Private Equity Funds
7. Evaluation of Investment Performance
  - 7.1 Globalization and International Investing
  - 7.2 Investment Process
  - 7.3 Evaluation of Portfolio Performance Using the Sharpe Ratio, Jensen Measure, Treynor Measure, and Other Measures
  - 7.4 Evaluation of Security Analysis

**Literature****Compulsory Reading****Further Reading**

- Elton, E.J./Gruber, M.J./Brown, S.J. (2014): Modern portfolio theory and investment analysis. 9<sup>th</sup> edition, New York City, NY: John Wiley & Sons.
- Reilly, F.K./Brown, K.C. (2008): Investment analysis and portfolio management. 10<sup>th</sup> edition, Boston, MA: Cengage Learning.
- Alexander, G.J./Sharpe, W.F./Bailey, J.V. (2001): Fundamentals of investments. 3<sup>rd</sup> edition, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Levy, H./Post, T. (2004): Investments. Boston, MA: Addison-Wesley.
- Fabozzi, F.J./Modigliani, F. (2009): Capital markets: Institutions and instruments. 4<sup>th</sup> edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Markowitz, H.M. (1952): Portfolio selection. *Journal of Finance*, 7(1), 77–91.
- Fama, E.F. (1970): Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. *The Journal of Finance*, 25(2), 383–417.
- Fama, E.F./French, K.R. (1992): The cross-section of expected stock returns. *Journal of Finance*, 47(2), 427–465.
- Sharpe, W.F. (1964): Capital asset prices: A theory of market equilibrium under conditions of risk. *The Journal of Finance*, 19(3), 425–442.
- Lintner, J. (1969): The valuation of risk assets and the selection of risky investments in stock portfolios and capital budgets. *The Review of Economics and Statistics*, 47(1), 13–37.
- Mossin, J. (1966): Equilibrium in a capital asset market. *Econometrica*, 34(4), 768–783.
- Ross, S.A. (1976): The arbitrage theory of capital asset pricing. *Journal of Economic Theory*, 13(3), 341–360.

**Study Format Distance Learning**

<b>Study Format</b> Distance Learning	<b>Course Type</b> Online Lecture
--	--------------------------------------

<b>Information about the examination</b>	
<b>Examination Admission Requirements</b>	<b>BOLK:</b> yes <b>Course Evaluation:</b> no
<b>Type of Exam</b>	Exam, 90 Minutes

<b>Student Workload</b>					
<b>Self Study</b>	<b>Presence</b>	<b>Tutorial</b>	<b>Self Test</b>	<b>Practical Experience</b>	<b>Hours Total</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Instructional Methods</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template	<input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMBCFIE02

# Projektmanagement

Modulcode: MWPT

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Sarstedt (Methoden des Projektmanagements) / Prof. Dr. Margit Sarstedt (Projektmanagement mit dem PMBOK Guide)

## Kurse im Modul

- Methoden des Projektmanagements (MWPT01)
- Projektmanagement mit dem PMBOK Guide (MWPT02)

## Art der Prüfung(en)

<b>Modulprüfung</b>	<b>Teilmodulprüfung</b>
	<u>Methoden des Projektmanagements</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten</li> </ul> <u>Projektmanagement mit dem PMBOK Guide</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht</li> </ul>

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Methoden des Projektmanagements**

- Aspekte der Projektwirtschaft
- Projektmanagementsystem
- Normen, Standards und Methoden des Projektmanagements
- Projektorganisation und -portfoliomanagement

**Projektmanagement mit dem PMBOK Guide**

- Initiierungsphase
- Planungsphase
- Projektmanagementprozesse in der Durchführungsphase
- Projektmanagementprozesse der Überwachungs- und Steuerungsphase sowie der Abschlussphase

**Qualifikationsziele des Moduls****Methoden des Projektmanagements**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die harten und weichen Erfolgsfaktoren des Projektmanagements voneinander abzugrenzen und zu erläutern.
- die Methoden und Werkzeuge zu skizzieren und die situationsadäquate Auswahl derselben zu begründen.
- die Steuerung von Projekten zu skizzieren.
- kritische Erfolgsfaktoren zu klassifizieren.

**Projektmanagement mit dem PMBOK Guide**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihre Erfahrung mit weichen und harten Erfolgsfaktoren des Projektmanagements im Rahmen des Praxisbeispiels vor dem Hintergrund ihrer theoretischen Kenntnisse zu reflektieren.
- theoretisch fundierte und praktisch bewährte Methoden und Werkzeuge auf ihr Umfeld zu transferieren und zu entscheiden, welcher Detailgrad im Projektmanagement anzuwenden ist und welche Methoden in das jeweilige Umfeld passen.
- internationalen Aspekte und die unterschiedlichen Kulturen, in denen Projekte stattfinden können, bei ihrer Projektplanung zu berücksichtigen.
- sich eigene Hilfsmittel abzuleiten, mit deren Einsatz sie ein Projekt strukturiert zum Erfolg führen können. Darüber hinaus sind sie befähigt, die weichen Erfolgsfaktoren zu erkennen und zu managen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich Projektmanagement auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Methoden des Projektmanagements

Kurscode: MWPT01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Den Schwerpunkt des Kurses bilden die theoretischen Grundlagen des Projektmanagements. Nach einer Definition des Projektmanagements und seiner Abgrenzung zum Linienmanagement werden die organisationstheoretischen Aspekte von Projekten und deren Auswirkungen auf das Management betrachtet. Danach werden den Teilnehmern die gängigen Methoden des Projektmanagements (DIN 69901, IPMA/GPM, PRINCE2, PMBOK Guide, V-Modell, Scrum) und ihre Einsatzmöglichkeiten vorgestellt. Nach dieser Einführung in die Grundlagen der Projektmanagementmethoden wird das in internationalen Unternehmen häufig anzutreffende Multiprojektmanagement mit seinen spezifischen Herausforderungen betrachtet. Eng verbunden mit dem Multiprojektmanagement ist das Projektportfoliomanagement. Die Teilnehmer erfahren, welche Instrumente und Prozesse zur Abstimmung und Steuerung eines Projektportfolios zum Einsatz kommen. Ergänzend zu den formalen Werkzeugen und Methoden, den sogenannten harten Faktoren, werden auch Methoden zum Einsatz der weichen Faktoren, die wesentlich zum Projekterfolg beitragen, kurz dargestellt. Dazu zählen z. B. Teamaufstellung für Workshops bzw. das Projektteam, Führung eines Projektteams, Management der Erwartungen von Führungskräften in Steuerkreisen, strukturiertes Aufbereiten von Entscheidungen, Konfliktlösungsstrategien und Projektkommunikation. Abschließend werden die kritischen Erfolgsfaktoren von Projekten zusammenfassend reflektiert.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die harten und weichen Erfolgsfaktoren des Projektmanagements voneinander abzugrenzen und zu erläutern.
- die Methoden und Werkzeuge zu skizzieren und die situationsadäquate Auswahl derselben zu begründen.
- die Steuerung von Projekten zu skizzieren.
- kritische Erfolgsfaktoren zu klassifizieren.

## Kursinhalt

1. Einführung in das Projektmanagement
  - 1.1 Das Projekt
  - 1.2 Das Projektmanagement

2. Gesamt- und einzelwirtschaftliche Aspekte der Projektwirtschaft
  - 2.1 Entwicklung und Stand der Projektwirtschaft
  - 2.2 Grundfragen der Projektwirtschaft im Unternehmen
3. Das Projektmanagementsystem
  - 3.1 Modelle für Projektmanagementsysteme
  - 3.2 Die Beurteilung von Projektmanagementsystemen
4. Normen, Standards und Methoden
  - 4.1 Normen und Standards
  - 4.2 Projektmanagementmethoden
5. Projektorganisation
  - 5.1 Beteiligte und Instanzen
  - 5.2 Grundformen der Projektorganisation
6. Projektportfoliomanagement
  - 6.1 Multiprojekt-/Projektportfoliomanagement
  - 6.2 Phasenmodell des Projektportfolios

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Bergmann, R. (2008): Organisation und Projektmanagement. Physica, Heidelberg.
- Borgert, S. (2012): Holistisches Projektmanagement. Vom Umgang mit Menschen, Systemen und Veränderung. Springer, Berlin.
- Huber, A./Kuhnt, B./Diener, M. (2011): Projektmanagement. Erfolgreicher Umgang mit Soft Factors. Vdf Hochschulverlag, Zürich.
- Kerzner, H. (2008): Projektmanagement. Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung. 2. Auflage, mitp, Frechen.
- Majer, C./Stabauer, L. (2010): Social Competence im Projektmanagement. Projektteams führen, entwickeln, motivieren. Goldegg, Wien.
- Project Management Institute (PMI) (Hrsg.) (2013): A Guide to the Project Management Body of Knowledge. 5. Auflage, PMI, Newton (PA).
- Spitzczok, N./Vollmer, G. (2010): Pragmatisches IT-Projektmanagement. Softwareentwicklungsprojekte auf Basis des PMBOK Guide führen. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Tiemeyer, E. (Hrsg.) (2010): Handbuch IT-Projektmanagement. Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices. Hanser, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Projektmanagement mit dem PMBOK Guide

Kurscode: MWPT02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Den Schwerpunkt dieses Kurses bildet das Management eines länderübergreifenden Projektes mit verteilten multinationalen Projektteams im Rahmen einer Case Study. Auf Basis einer kurzen Auffrischung der Inhalte des Kurses „Methoden des Projektmanagements“ werden die Studierenden alle Phasen eines Projektes in Theorie und Praxis durchlaufen. Alle bedeutenden Prozesse der vier Phasen eines Projektes (Vorbereitung, Planung, Durchführung, Abschluss) werden in einer Prozesslandkarte visualisiert, Schritt für Schritt theoretisch beleuchtet und mit praktischen Beispielen unterlegt. So werden die Prozesse praktisch nachvollziehbar und Best Practices der Anwendung von Methoden und Werkzeugen evaluiert. In jeder Projektphase wird ein Bezug der jeweiligen Prozesse zu den Knowledge Areas und den Prozessen des PMBOK Guide hergestellt. Praxisbewährte Eingangsartefakte und die Ergebnisartefakte zu den Prozessen werden erarbeitet. Ergänzend zu den formalen Werkzeugen und Methoden werden in der Case Study auch die weichen Faktoren, die wesentlich zum Projekterfolg beitragen, vermittelt. Dazu zählen z. B. Management der Erwartungen von Führungskräften in Steuerkreisen, Teamaufstellung für Workshops bzw. das Projektteam, Führung eines Projektteams, strukturiertes Aufbereiten von Entscheidungen, Konfliktlösungsstrategien und Projektkommunikation. Zu diesem Projekt ist abschließend ein Bericht zu schreiben.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihre Erfahrung mit weichen und harten Erfolgsfaktoren des Projektmanagements im Rahmen des Praxisbeispiels vor dem Hintergrund ihrer theoretischen Kenntnisse zu reflektieren.
- theoretisch fundierte und praktisch bewährte Methoden und Werkzeuge auf ihr Umfeld zu transferieren und zu entscheiden, welcher Detailgrad im Projektmanagement anzuwenden ist und welche Methoden in das jeweilige Umfeld passen.
- internationalen Aspekte und die unterschiedlichen Kulturen, in denen Projekte stattfinden können, bei ihrer Projektplanung zu berücksichtigen.
- sich eigene Hilfsmittel abzuleiten, mit deren Einsatz sie ein Projekt strukturiert zum Erfolg führen können. Darüber hinaus sind sie befähigt, die weichen Erfolgsfaktoren zu erkennen und zu managen.

**Kursinhalt**

1. Projektmanagement mit dem PMBOK
  - 1.1 Die Nomenklatur des PMBOK
  - 1.2 Grundstrukturen von Projekten nach dem PMBOK
  - 1.3 Der Aufbau des PMBOK
2. Die Initiierungsphase
  - 2.1 Projektauftrag entwickeln
  - 2.2 Stakeholder identifizieren
3. Die Planung von Inhalt und Umfang
  - 3.1 Integrationsmanagement in der Planungsphase
  - 3.2 Inhalts- und Umfangsmanagement in der Planungsphase
  - 3.3 Projektstrukturplan erstellen
4. Terminmanagement in der Planungsphase
  - 4.1 Terminmanagement planen
  - 4.2 Vorgänge definieren und Folgen festlegen
  - 4.3 Ressourcen und Vorgangsdauer schätzen
  - 4.4 Terminplan entwickeln
5. Kostenmanagement in der Planungsphase
  - 5.1 Kostenmanagement planen
  - 5.2 Kosten schätzen
  - 5.3 Budget festlegen
6. Risiko-, Qualitäts-, HR-, Kommunikations- und Beschaffungsmanagement in der Planungsphase
  - 6.1 Risikomanagement in der Planungsphase
  - 6.2 Qualitätsmanagement in der Planungsphase
  - 6.3 Die Planung von HR, Kommunikation und Beschaffung
7. Projektmanagementprozesse der Durchführungsphase
  - 7.1 HR- und Kommunikationsmanagement in der Durchführungsphase
  - 7.2 Weitere Projektprozesse in der Durchführungsphase

8. Projektmanagementprozesse der Überwachungs- und Steuerungsphase sowie der Abschlussphase
  - 8.1 Umfangs- und Inhalts- sowie Zeitmanagement in der Überwachungs- und Steuerungsphase
  - 8.2 Kosten-, Qualitäts- und Kommunikationsmanagement in der Überwachungs- und Steuerungsphase
  - 8.3 Risiko-, Beschaffungs- und Stakeholder Management in der Überwachungs- und Steuerungsphase
  - 8.4 Prozesse der Abschlussphase

## Literatur

### Pflichtliteratur

#### Weiterführende Literatur

- Bergmann, R. (2008): Organisation und Projektmanagement. Physica, Heidelberg.
- Borgert, S. (2012): Holistisches Projektmanagement. Vom Umgang mit Menschen, Systemen und Veränderung. Springer, Berlin.
- DeMarco, T. (2007): Der Termin. Ein Roman über Projektmanagement. Hanser, München.
- Huber, A./Kuhnt, B./Diener, M. (2011): Projektmanagement. Erfolgreicher Umgang mit Soft Factors. Vdf Hochschulverlag, Zürich.
- Kerzner, H. (2008): Projektmanagement. Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung. 2. Auflage, mitp, Frechen.
- Majer, C./Stabauer, L. (2010): Social Competence im Projektmanagement. Projektteams führen, entwickeln, motivieren. Goldegg, Wien.
- Project Management Institute (PMI) (Hrsg.) (2013): A Guide to the Project Management Body of Knowledge. 5. Auflage, PMI, Newton (PA).
- Schelle, H. (2010): Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. 6. Auflage, dtv, München.
- Spitzcok, N./Vollmer, G. (2010): Pragmatisches IT-Projektmanagement. Softwareentwicklungsprojekte auf Basis des PMBOK Guide führen. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Tiemeyer, E. (Hrsg.) (2010): Handbuch IT-Projektmanagement. Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices. Hanser, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Projekt
-----------------------------------	---------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 120 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 0 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWPT02

# Digital Business und Entrepreneurship

Modulcode: DLMBWWD BE

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Mario Boßlau (Digitale Business-Modelle) / Prof. Dr. Georg Berkel (Innovation und Entrepreneurship )

## Kurse im Modul

- Digitale Business-Modelle (DLMIDBM01)
- Innovation und Entrepreneurship (DLMBIED01-01)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

#### Digitale Business-Modelle

- Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

#### Innovation und Entrepreneurship

- Studienformat "Berufsbegleitendes Studium": Klausur, 90 Minuten
- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

### **Lehrinhalt des Moduls**

#### **Digitale Business-Modelle**

- Geschichte und Erfolgsfaktoren des Digital Business
- Trends im Digital Business
- Kenntnis und Bewertung alternativer Geschäftsmodelle im Digital Business
- Vorgehen zur Erarbeitung der strategischen Unternehmenspositionierung im Digital Business
- Kenntnis alternativer Finanzierungsmodelle
- Ziele und Vorgehen zur Erstellung des Business Plans für Digitale Business Modelle

#### **Innovation und Entrepreneurship**

- Innovationsmanagement und Entrepreneurship in einer globalisierten Welt
- Grundlagen der Entrepreneurship
- Geschäftsidee und Unternehmensgründung
- Finanzierungsquellen und Finanzierungsprozesse
- Internet, Digitales Business, und künstliche Intelligenz
- Strategische Allianzen
- Familienunternehmen

**Qualifikationsziele des Moduls****Digitale Business-Modelle**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Geschichte und Rahmenbedingungen digitaler Business Modelle wiederzugeben.
- die Grundzüge des Innovationsmanagements nachvollziehen zu können.
- unterschiedliche Geschäftsmodelle der digitalen Wirtschaft zu erläutern und deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- die Grundlagen der strategischen und operativen Business-Modell-Planung im E-Commerce zu erklären.
- eigenständig einen Business-Plan für ein digitales Business-Modell erstellen zu können.

**Innovation und Entrepreneurship**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodell zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

# Digitale Business-Modelle

Kurscode: DLMIDBM01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

IT-getriebene Unternehmensgründungen und Geschäftsmodelle sind Gegenstand des Kurses „Digitale Business-Modelle“. Ausgehend von der Diskussion der historischen Entwicklung und der Rahmenbedingungen des Digital Business werden alternative Geschäftsmodelle im Digital Business systematisch dargestellt und hinsichtlich der jeweiligen Stärken- und Schwächen analysiert sowie bewertet. Die Studierenden lernen die zentralen Ansätze zur Entwicklung einer eigenständigen Unternehmenspositionierung und werden in die Lage versetzt, eigenständig die zentralen Einflussfaktoren auf den Unternehmenserfolg im digitalen Business zu prüfen und zu bewerten. Abschließend werden alternative Finanzierungskonzepte für digitale Geschäftsmodelle dargestellt und kritisch gewürdigt sowie die zentralen Bestandteile eines Business Plans detailliert. Darüber hinaus wird der gesamte Prozess zur Erstellung und Definition eines Business Plans im Detail dargestellt und an Praxisbeispielen erprobt.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Geschichte und Rahmenbedingungen digitaler Business Modelle wiederzugeben.
- die Grundzüge des Innovationsmanagements nachvollziehen zu können.
- unterschiedliche Geschäftsmodelle der digitalen Wirtschaft zu erläutern und deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- die Grundlagen der strategischen und operativen Business-Modell-Planung im E-Commerce zu erklären.
- eigenständig einen Business-Plan für ein digitales Business-Modell erstellen zu können.

## Kursinhalt

1. Innovationsmanagement und Geschäftsmodelldefinitionen
  - 1.1 Grundbegriffe des Innovationsmanagements und Zusammenhang mit digitalen Geschäftsmodellen
  - 1.2 Geschäftsmodelle: Genese – Definition – Bezug zu Innovation
  - 1.3 Spezifika digitaler Geschäftsmodelle im Vergleich zu traditionellen Betrachtungen
2. Digitale Geschäftsmodelle: Definition und Elemente
  - 2.1 Neue Elemente digitaler Geschäftsmodelle
  - 2.2 Redefinition und Kernelemente digitaler Geschäftsmodelle
  - 2.3 Wertearchitektur und Wertemechanik

3. Basisarchitekturen, Standardmuster und Netzwerkintegration
  - 3.1 Grundlegende digitale Geschäftsmodellarchitekturen
  - 3.2 Standardmuster nach Geschäftsmodellelementen
  - 3.3 Netzwerke und Differenzierungsstrategien
4. Erfolgsfaktoren und Strategie
  - 4.1 Zusammenhänge zwischen den Konzepten: Geschäftsmodell, Erfolgsfaktoren und Strategie
  - 4.2 Relevante Erfolgsfaktoren digitaler Geschäftsmodelle
  - 4.3 Strategieebenen und Strategiebeispiele im Rahmen digitaler Geschäftsmodelle und deren Elemente
5. Business Case und Besonderheiten bei der Investitionsplanung
  - 5.1 Elemente des Business Case und Zusammenhang zu den bisherigen Konzepten
  - 5.2 Erlösmechanik, Umsatzplanung und Erfolgsgrößen
  - 5.3 Besonderheiten bei der Investitionsplanung

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Ahmed, P. K./Shepherd, C. D. (2010): Innovation Management. Context, strategies, systems and processes. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Bagusat, A./Hermanns, A. (2008): E-Marketing Management. Grundlagen und Prozesse für Business-to-Consumer-Märkte. Vahlen, München.
- Böhm, S. (2004): Innovationsmarketing für UMTS-Diensteangebote. DUV/Gabler, Wiesbaden.
- Brynjolfsson, E./Hu, J. Y./Smith, M. D. (2006): From Niches to Riches. Anatomy of the Long Tail. In: Sloan Management Review, 47. Jg., Heft 4, S. 67–71.
- Brynjolfsson, E./Smith M. D. (2000): Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers. In: Management Science, 46. Jg., Heft 4, S. 563–585.
- Brynjolfsson, E./Hu, J. Y./Rahman, M. (2009): Battle of the Retail Channels. How Product Selection and Geography Drive Cross-Channel Competition. In: Management Science, 55. Jg., Heft 11, S. 1755–1765.
- Bullinger, H.-J. (2012): Einführung in das Technologiemanagement. Modelle, Methoden, Praxisbeispiele. Vieweg+Teubner, Stuttgart.
- Chaffey, D./Ellis-Chadwick, F. (2012): Digital Marketing. Strategy, Implementation and Practice. 5. Auflage, Pearson Education, London.
- Hanson, W./Kalyanam, K. (2007): Internet Marketing and e-Commerce. 2. Auflage, Cengage, Boston.
- Laudon, K./Traver, C. G. (2011): E-Commerce. 7. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Lynch, J./Ariely, D. (2000): Wine Online. Search Costs and Competition on Price, Quality, and Distribution. In: Marketing Science, 19. Jg., Heft 1, S. 83–103.
- Meier, A./Stormer, H. (2009): eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. 2. Auflage, Springer, Berlin.
- Varian, H. (2000): When Commerce Moves Online. Competition Can Work in Strange Ways. In: New York Times vom 24. August 2000.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Innovation und Entrepreneurship

Kurscode: DLMBIED01-01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

In der heutigen globalisierten und digitalen Welt stehen Unternehmern mehr Möglichkeiten der Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung als jemals zuvor. Dem Unternehmertum, gleich ob in Form von Entrepreneurship oder Intrapreneurship, treten allerdings auch besondere Herausforderungen entgegen. Um die typischen Fallstricke bei Gründung und Wachstum von Unternehmen vermeiden zu können, ist ein gesundes Verständnis von Innovationsmanagement und Unternehmensgründung unabdingbar. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Finanzierung unternehmerischer Aktivität, und zwar sowohl aus dem Blickwinkel des Unternehmers, als auch des Investors. Innovationen und unternehmerische Aktivität sind ferner Grundlage und Triebfeder unserer Volkswirtschaft. Aber auch wenn man andere Volkswirtschaften betrachtet ist offenkundig, dass Innovation und Unternehmertum in jeder Phase der wirtschaftlichen Entwicklung von entscheidender Bedeutung sind. So stoßen Kleinunternehmen in Entwicklungsländern den Aufbau von ökonomischen Institutionen an, sie schaffen Angebot, Nachfrage und schließlich Märkte. Sie legen den Grundstein für wirtschaftliche Entwicklung und Wachstum. In entwickelten Volkswirtschaften sind Innovation und Unternehmertum die treibenden Kräfte hinter Wettbewerb und Wettbewerbsfähigkeit im globalen Kontext. Die wichtigste Rolle spielen dabei – in allen Teilen der Welt – Familienunternehmen. Der rasante technologische und soziale Wandel in unseren Gesellschaften erfordert dabei zum einen die innovative Nutzung digitaler Technologien (Internet und künstliche Intelligenz), und zum anderen den flexiblen Umgang mit neuen Organisationsformen (strategischen Allianzen zwischen Unternehmen. Dieser Kurs zeigt Studierenden Ideen, Motive und Treiber unternehmerischer Tätigkeit und Innovation und führt sie gleichzeitig an praktische Aspekte der Identifikation, Analyse und Entwicklung von Innovationen und Geschäftsideen heran. Dabei wird auch auf eine Kernkompetenz des Unternehmers eingegangen – die Fähigkeit mit Investoren und Partnern zu verhandeln.

**Kursziele**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodell zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

**Kursinhalt**

1. Entrepreneurship
  - 1.1 Entrepreneurship und Unternehmer
  - 1.2 Unternehmerbezogene Theorien des Entrepreneurships
  - 1.3 Die volkswirtschaftliche Signifikanz von Entrepreneurship
2. Strategie der Unternehmensgründung
  - 2.1 Unterschiedliche Gelegenheiten von Unternehmensgründungen
  - 2.2 Der Entrepreneur
  - 2.3 Geschäftsmodell und Strategie
3. Innovation und Innovationsmanagement
  - 3.1 Innovation
  - 3.2 Innovationsmanagement
  - 3.3 Der Schutz geistigen Eigentums
  - 3.4 Das BMW Empathic Design
4. Rechtsformen im internationalen Vergleich
  - 4.1 Deutschland
  - 4.2 USA

5. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität I: Finanzquellen
  - 5.1 Inkubatoren, Acceleratoren und Crowdfunding
  - 5.2 Business Angels
  - 5.3 Private Equity und Venture Capital
  - 5.4 Öffentliche Gründungsförderung
  
6. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität II: Finanzierungsprozesse
  - 6.1 Die Investorensicht: Deal Sourcing und Deal Screening
  - 6.2 Die Unternehmersicht: Verhandlung mit Investoren
  - 6.3 Valuierung von Unternehmensgründungen
  
7. Der Businessplan
  - 7.1 Zweck und Zielsetzung des Businessplans
  - 7.2 Erwartungen in Bezug auf den Businessplan
  - 7.3 Struktur und Inhalt des Businessplans
  - 7.4 Richtlinien zum Erstellen eines Businessplans
  
8. Digitale Geschäftsmodelle und künstliche Intelligenz
  - 8.1 E-Business
  - 8.2 Künstliche Intelligenz
  - 8.3 Globotics
  
9. Cooperative Strategy: Allianzen und Joint Ventures
  - 9.1 Cooperative Strategy
  - 9.2 Der richtige „Fit“
  - 9.3 Die richtige „Form“
  
10. Familienunternehmen
  - 10.1 Definition
  - 10.2 Volkswirtschaftliche Bedeutung
  - 10.3 Stärken und Schwächen

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Alemany L. /Andreoli J.: (2018): Entrepreneurial Finance. The Art and Science of Growing Ventures, Cambridge University Press.
- Barringer, B. R./Ireland, R. D. (2019): Entrepreneurship. Successfully Launching New Ventures. 6. Auflage, Pearson Harlow (UK).
- Bertrand, M. /Schoar, A. (2006). The role of family in family firms. Journal of economic perspectives, 20(2), 73-96.
- Bessant, J./Tidd, J. (2011): Innovation and Entrepreneurship. 2. Auflage, Wiley, Chichester (UK).
- Child J./Faulkner D. /Tallmann S./Hsieh L. (o.J): Cooperative Strategy: Managing Alliances and Networks, 3. Auflage, Oxford University Press.
- Dinnar, S. /Susskind, L. E. (2019): Entrepreneurial Negotiation. Understanding and Managing the Relationships that Determine Your Entrepreneurial Success, Springer.
- Evans, V. (2015): Writing a Business Plan. How to Win Backing to Start Up or Grow Your Business. 2. Auflage, Pearson, Harlow (UK).
- Fleming, L. (2007): Breakthroughs and the 'Long tail' of innovation. In: MIT Sloan Management Review, 49. Jg., Heft 1, S. 69-74.
- Fueglistaller, U./ Fust, A./ Müller, C./ Müller, S./ Zellweger, Th;(2019): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz; Springer Gabler.
- Gassmann O./Frankenberger K./Csik M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Hanser, München.
- Gassmann, O. /Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, Hanser, München.
- Grichnik, D. (2016): Entrepreneurial Living. Unternimm dein Leben. In 7 Zügen zur Selbständigkeit. Hanser, München.
- Grichnik, D. et al. (2017): Entrepreneurship. Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Hauschildt, J./Salomo, S. (2011): Innovationsmanagement. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Pott O. (2015): Entrepreneurship. Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz, 2., überarbeitete Auflage, Springer. Berlin.
- Richard Baldwin (2019): The Globotics Upheaval: Globalisation, Robotics and the Future of Work.
- Scarborough, N. M. (2012): Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 7. Auflage, Pearson, Harlow (UK), S. 17-47.
- Simon C. Parker (2018): The Economics of Entrepreneurship, 2nd Edition, Cambridge University Press.
- Thomas Zellweger (2017): Managing the Family Business, Elgar.

**Studienformat Berufsbegleitendes Studium**

<b>Studienform</b> Berufsbegleitendes Studium	<b>Kursart</b> Vorlesung
--	-----------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 90 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 30 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

DLMBIED01-01

# Business Intelligence

Modulcode: DLMIWBI

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine</li> <li>▪ DLMIWBI01</li> </ul>	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Peter Poensgen (Business Intelligence I) / Dr. Peter Poensgen (Business Intelligence II)

## Kurse im Modul

- Business Intelligence I (DLMIWBI01)
- Business Intelligence II (DLMIWBI02)

## Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Business Intelligence I</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Fallstudie</li> </ul> <u>Business Intelligence II</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Seminararbeit</li> </ul>

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Business Intelligence I**

- Motivation und Begriffsbildung
- Datenbereitstellung
- Data Warehouse
- Modellierung multidimensionaler Datenräume
- Analysesysteme
- Distribution und Zugriff

**Business Intelligence II**

Vertiefung eines Themengebietes aus Business Intelligence I im Rahmen einer Seminararbeit

**Qualifikationsziele des Moduls****Business Intelligence I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Motivationen und Anwendungsfälle für Business Intelligence sowie die Grundlagen von Business Intelligence zu verstehen.
- relevante Datentypen zu erläutern.
- Techniken und Methoden zur Modellierung und Verbreitung von Daten zu kennen und sich zu verdeutlichen.
- Techniken und Methoden zur Erzeugung und Speicherung von Informationen zu erläutern.
- geeignete Business-Intelligence-Methoden für die gegebenen Anforderungen auszuwählen.

**Business Intelligence II**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Business Intelligence zu bearbeiten.
- ein aktuelles Thema aus dem Bereich Business Intelligence selbstständig unter Verwendung der aktuellen und relevanten Literatur (Monografien und Fachzeitschriften) zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.
- sich methodisch auf die Erstellung der abschließenden Master-Arbeit vorzubereiten und die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zur Erstellung einer Seminararbeit zu beherrschen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik

# Business Intelligence I

Kurscode: DLMIWBI01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Bei Business Intelligence geht es um die Generierung von Informationen auf Basis von Betriebsdaten. Sie dient dazu, zielorientierte Managementpraktiken sowie die Optimierung relevanter Geschäftsaktivitäten zu ermöglichen. Dieser Kurs stellt Techniken, Methoden und Modelle für die Datenbereitstellung und die Erzeugung, Analyse und Verbreitung von Informationen vor und diskutiert sie.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Motivationen und Anwendungsfälle für Business Intelligence sowie die Grundlagen von Business Intelligence zu verstehen.
- relevante Datentypen zu erläutern.
- Techniken und Methoden zur Modellierung und Verbreitung von Daten zu kennen und sich zu verdeutlichen.
- Techniken und Methoden zur Erzeugung und Speicherung von Informationen zu erläutern.
- geeignete Business-Intelligence-Methoden für die gegebenen Anforderungen auszuwählen.

## Kursinhalt

1. Motivation und Einführung
  - 1.1 Motivation und historische Entwicklung des Feldes
  - 1.2 Business Intelligence als Framework
2. Datenbereitstellung
  - 2.1 Operative und dispositive Systeme
  - 2.2 Das Data-Warehouse-Konzept
  - 2.3 Architekturvarianten
3. Data Warehouse
  - 3.1 Der ETL-Prozess
  - 3.2 DWH- und Data-Mart-Konzepte
  - 3.3 ODS und Metadaten

4. Modellierung multidimensionaler Datenräume
  - 4.1 Datenmodellierung
  - 4.2 OLAP-Würfel
  - 4.3 Physikalische Speicherkonzepte
  - 4.4 Sternenschema und Schneeflockenschema
  - 4.5 Historisierung
5. Analytische Systeme
  - 5.1 Freiform-Datenanalyse und OLAP
  - 5.2 Berichtssysteme
  - 5.3 Modellbasierte Analysesysteme
  - 5.4 Konzeptorientierte Systeme
6. Verteilung und Zugriff
  - 6.1 Informationsverteilung
  - 6.2 Informationszugang

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Kimball, R. (2013): The data warehouse toolkit: The definitive guide to dimensional modeling. 3rd edition, Wiley, Indianapolis, IN.
- Linstedt, D. / Olschimke, M. (2015): Building a scalable data warehouse with Data Vault 2.0. Morgan Kaufmann, Waltham, MA.
- Provost, F. (2013): Data science for business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking. O'Reilly, Sebastopol, CA.
- Sherman, R. (2014): Business intelligence guidebook: From data integration to analytics. Morgan Kaufmann, Waltham, MA.
- Turban, E. et al (2010): Business intelligence. A managerial approach. 2nd edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Fallstudie
-----------------------------------	------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Fallstudie

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 110 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 20 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 20 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Business Intelligence II

Kurscode: DLMIWBI02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	DLMIWBI01

## Beschreibung des Kurses

Unter Anwendung und Vertiefung der im Kurs „Business Intelligence (I)“ vermittelten Inhalte erstellen die Studierenden in diesem Kurs selbstständig eine Seminararbeit. Dementsprechend werden die Studierenden mit der Methodik der Erarbeitung einer Seminararbeit vertraut gemacht. Dabei wird auf die Bereiche Recherche, Methodik und Analyse im Besonderen eingegangen. Die Studierenden wählen in Abstimmung mit dem Seminarleiter ein konkretes Thema aus dem bereitgestellten Themenkatalog aus und bearbeiten es in Form einer 7–10-seitigen Seminararbeit (unter Beachtung der Vorgaben im Leitfaden für Seminararbeiten). Hierbei sollen die Studierenden auch mit dem Thema Literaturrecherche vertraut gemacht werden. Zwischenschritte in der Entwicklung der Seminararbeit werden online oder in den Tutorien diskutiert. Bei diesen Diskussionen sollte auf die Logik der Methodik und auf die Analyse besonders eingegangen werden.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Business Intelligence zu bearbeiten.
- ein aktuelles Thema aus dem Bereich Business Intelligence selbstständig unter Verwendung der aktuellen und relevanten Literatur (Monografien und Fachzeitschriften) zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.
- sich methodisch auf die Erstellung der abschließenden Master-Arbeit vorzubereiten und die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zur Erstellung einer Seminararbeit zu beherrschen.

## Kursinhalt

- In diesem Kurs wird ein ausgewähltes Themengebiet aus dem Kurs Business Intelligence I durch die Erstellung einer Seminararbeit vertieft. Ein aktueller und in der Online-Plattform des Moduls bereitgestellter Themenkatalog bietet die inhaltliche Basis und kann vom Seminarleiter ergänzt bzw. aktualisiert werden.

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bachmann, R./Kemper, G. (2011): Raus aus der BI-Falle. Wie Business Intelligence zum Erfolg wird. 2. Auflage, mitp, Frechen.
- Bauer, H./Günzel, H. (Hrsg.) (2008): Data Warehouse Systeme. Architektur, Entwicklung, Anwendung. 3. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Engels, C. (2008): Basiswissen Business Intelligence. W3L, Dortmund.
- Kemper, H.-G./Baars, H./Mehanna, W. (2010): Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen. Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung. 3. Auflage, Vieweg+Teubner, Wiesbaden.
- Turban, E. et al. (2010): Business Intelligence. A Managerial Approach. 2. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Stock, S./Gansor, T./Totok, A. (2010): Von der Strategie zum Business Intelligence Competency Center (BICC). Konzeption – Betrieb – Praxis. Hanser, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Seminar
-----------------------------------	---------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 120 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 0 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Supply Chain Management

Modulcode: MWCH

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sebastian Stütz (Globales Supply Chain Management) / Prof. Dr. Sebastian Stütz (Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain)

## Kurse im Modul

- Globales Supply Chain Management (MWCH01)
- Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain (MWCH02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

Globales Supply Chain Management

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls**

**Globales Supply Chain Management**

- Wertschöpfungsnetzwerke – Motive, Typologien, Ziele
- Stoßrichtungen von SCM-Strategien

**Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain**

- SCM-Instrumente
- Controlling-Systeme in Wertschöpfungsnetzwerken
- Risikomanagement in Wertschöpfungsnetzwerken

### Qualifikationsziele des Moduls

#### Globales Supply Chain Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben des Supply Chain Management anzugeben und wie es sich vom reinen Logistikmanagement unterscheidet.
- die Werkzeuge und Instrumentarien zur Gestaltung von SCM anzugeben.
- mögliche Maßnahmen zur Vermeidung von Hindernissen bei der Implementierung und dem Betrieb von Supply Chains aufzuführen.
- die mögliche Auswirkung der Koordination von Kooperationen auf das Supply Chain Management zu beurteilen.
- die grundsätzlichen Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien zu benennen und ihre Inhalte anzugeben.
- die Motive für Qualitätsmanagement im SCM und die Methoden und Instrumente die zum Einsatz kommen anzugeben.
- zu beurteilen, welche betriebswirtschaftliche Software die Funktionen der Supply Chain unterstützen und steuern kann.

#### Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einzuschätzen, welche Aufgaben das Controlling hat und welche Problematiken bei der Implementierung von Controllingsystemen in Supply Chains entstehen können.
- die Bedeutung der Kennzahlen im Supply Chain Controlling einzuschätzen und zu wissen, wie diese eingesetzt werden.
- die Instrumente des SC-Controllings wiederzugeben und zu folgern, warum eine Kombination von klassischen und innovativen Controllinginstrumenten erfolgt.
- zu bestimmen, wann SCM-Software im Controlling eingesetzt wird und was bei ihrer Implementierung zu beachten ist.
- die Hilfsmittel des Controllings zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.
- die Risiken, die den Erfolg einer Supply Chain beeinflussen, zu benennen und zu erläutern, warum Risikomanagement innerhalb von Supply Chains betrieben wird bzw. welche Strategien es hierzu gibt.
- die Organisationsgestaltung mit System Dynamics zu und den Einsatz im Supply Chain Management zu erläutern.

#### Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Transport & Logistik auf

#### Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Master-Programme im Bereich Transport & Logistik

# Globales Supply Chain Management

Kurscode: MWCH01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Ein problemadäquates Verständnis global agierender Wertschöpfungsnetzwerke setzt die Kenntnis über deren Entstehungsmotive und Ziele voraus. Ferner erscheint es angesichts der dazu ersichtlichen Vielfalt überaus nützlich, diese in bestimmten Typologien zu systematisieren. Auf der Grundlage solcher Systematisierungen ist es dann möglich, das Spektrum von strategisch relevanten Fragestellungen und Gestaltungsoptionen im Bereich des SCM in differenzierter Form zu systematisieren. Außerdem wird damit auch die Möglichkeit geschaffen, die in diesem Zusammenhang besonders einschlägigen instrumentellen Kategorien des SCM darzustellen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben des Supply Chain Management anzugeben und wie es sich vom reinen Logistikmanagement unterscheidet.
- die Werkzeuge und Instrumentarien zur Gestaltung von SCM anzugeben.
- mögliche Maßnahmen zur Vermeidung von Hindernissen bei der Implementierung und dem Betrieb von Supply Chains aufzuführen.
- die mögliche Auswirkung der Koordination von Kooperationen auf das Supply Chain Management zu beurteilen.
- die grundsätzlichen Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien zu benennen und ihre Inhalte anzugeben.
- die Motive für Qualitätsmanagement im SCM und die Methoden und Instrumente die zum Einsatz kommen anzugeben.
- zu beurteilen, welche betriebswirtschaftliche Software die Funktionen der Supply Chain unterstützen und steuern kann.

## Kursinhalt

1. Motive und Wirkungseffekte von logistischen Wertschöpfungsnetzwerken
  - 1.1 Was bedeutet Supply Chain Management?
  - 1.2 Was ist Logistikmanagement?
  - 1.3 Dienstleister in der Supply Chain
  - 1.4 Bedeutung des Supply Chain Managements

2. Typologien von SCM und Gestaltungsmodelle
  - 2.1 Supply Chain-Strategie
  - 2.2 Instrumente für Supply Chain-Strategien
  - 2.3 Bestandsreduzierung im Lagermanagement
  - 2.4 Frachtkostenreduzierung im Rahmen der Transportkostenpolitik
  - 2.5 Efficient Replenishment
3. Problemnahe Konzepte und korrespondierende Führungskonzepte
  - 3.1 Probleme im Rahmen der Supply Chain
  - 3.2 Schnittstellen in der Supply Chain
  - 3.3 Der Bullwhip-Effekt
  - 3.4 Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR)
4. Aufgaben und Ziele des SCM
  - 4.1 Aufgaben im Supply Chain Management
  - 4.2 Ziele des Supply Chain Managements
  - 4.3 Sustainable Supply Chain Management (SSCM)
5. Kooperation und Koordination
  - 5.1 Die Unternehmensstrategie
  - 5.2 Sinnvolle Unternehmensstrategien: Instrumente und Methoden
  - 5.3 Strategische Allianzen im Kontext des Supply Chain Managements
  - 5.4 Voraussetzungen für erfolgreiche Kooperationen
  - 5.5 Bündelung von Aktivitäten und Prozessanpassungen in Kooperationen
6. Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien
  - 6.1 Versorgungsstrategien
  - 6.2 Entsorgungsstrategien
  - 6.3 Die Wiederverwertung, Wieder-/ Weiterverwendung und die entsprechenden Strategien
7. Qualitätssicherung
  - 7.1 Qualitätsmanagementsysteme
  - 7.2 Qualitätssicherung im Supply Chain Management
  - 7.3 Methoden im Qualitätsmanagement
  - 7.4 Instrumente in der Organisationsgestaltung

- |  |
|--|
| 8. Informationsgewinnung                               |
| 8.1 Informationstechnologie im Supply Chain Management |
| 8.2 Betriebswirtschaftliche Software                   |
| 8.3 Die Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument    |

<b>Literatur</b>
------------------

<b>Pflichtliteratur</b>
-------------------------

<b>Weiterführende Literatur</b>
---------------------------------

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Arndt, H. (2010): Supply Chain Management. Optimierung logistischer Prozesse. 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.</li><li>▪ Chopra, S./Meindl, P. (2007): Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation. 3. Auflage, Pearson, New Jersey.</li><li>▪ Cohen, S./Roussel, J. (2006): Strategisches Supply Chain Management. Springer, Berlin/Heidelberg.</li><li>▪ Corsten, H./Gössinger, R. (2008): Einführung in das Supply Chain Management. 2. Auflage, Oldenbourg, München.</li><li>▪ Handfield, R. B./Nichols, E. L. (2008): Introduction to Supply Chain Management. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).</li><li>▪ Petry, T. (2006): Netzwerkstrategie. Kern eines integrierten Managements von Unternehmungsnetzwerken. Gabler, Wiesbaden.</li><li>▪ Pfohl, H. C. (2009): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8 Auflage, Springer, Berlin.</li><li>▪ Schulte, C. (2009): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 5. Auflage, Vahlen, München.</li><li>▪ Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2008): Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Case Studies. 3. Auflage, McGraw-Hill, Boston.</li><li>▪ Werner, H. (2010): Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.</li></ul> |
|---|

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Kurscode: MWCH02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Globale Wertschöpfungsnetzwerke erweisen sich als überaus dynamische und teilweise auch fragile Konstruktionen. Diese Beobachtung lenkt den Blick auf zwei wichtige Aspekte des SCM: Einerseits auf das Erfordernis der Entwicklung eines effektiven und effizienten Controllings-Systems für solche Supply Chains. Die dort über Kennzahlensysteme generierten Steuerungsinformationen vermögen wichtige Beiträge zur Stabilisierung und Optimierung des Wertschöpfungsnetzwerks leisten. Andererseits auf die Notwendigkeit eines systematischen Risikomanagements, in dessen Mittelpunkt eine möglichst frühzeitige Identifikation, Prognose, Steuerung und Überwachung von „Sollbruchstellen“ im Wertschöpfungsnetzwerk steht.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einzuschätzen, welche Aufgaben das Controlling hat und welche Problematiken bei der Implementierung von Controllingsystemen in Supply Chains entstehen können.
- die Bedeutung der Kennzahlen im Supply Chain Controlling einzuschätzen und zu wissen, wie diese eingesetzt werden.
- die Instrumente des SC-Controllings wiederzugeben und zu folgern, warum eine Kombination von klassischen und innovativen Controllinginstrumenten erfolgt.
- zu bestimmen, wann SCM-Software im Controlling eingesetzt wird und was bei ihrer Implementierung zu beachten ist.
- die Hilfsmittel des Controllings zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.
- die Risiken, die den Erfolg einer Supply Chain beeinflussen, zu benennen und zu erläutern, warum Risikomanagement innerhalb von Supply Chains betrieben wird bzw. welche Strategien es hierzu gibt.
- die Organisationsgestaltung mit System Dynamics zu und den Einsatz im Supply Chain Management zu erläutern.

**Kursinhalt**

1. Grundsätzliches zum Controlling in und von Supply Chains
  - 1.1 Konzeptionierung des Controllings in Supply Chain Management-Systemen
  - 1.2 Die Bedeutung des Controllings in der Supply Chain
  - 1.3 Cost Tracking
  - 1.4 Verschiedene Arten des Supply Chain Controllings
2. Kennzahlensysteme in der Supply Chain
  - 2.1 Bedeutungen von Kennzahlen
  - 2.2 Arten von Kennzahlen in der Supply Chain
  - 2.3 Visualisierung von Kennzahlen
3. Instrumente im Supply Chain Controlling
  - 3.1 SCOR-Modelle als Steuerungsinstrumente
  - 3.2 Von den traditionellen zu den innovativen Instrumenten
4. Controlling der Supply Chain im Zusammenhang mit Informationstechnik
  - 4.1 ERP-Systeme
  - 4.2 CRM- und SCM-Systeme
  - 4.3 Fallbeispiel zur Implementierung eines SCM-Systems
  - 4.4 Erfolgsfaktoren für die Nutzung von SCM-Software
5. Hilfsmittel des Controllings in der Supply Chain
  - 5.1 Prozesskostenrechnung
  - 5.2 Benchmarking
6. Risikomanagement in der Supply Chain
  - 6.1 Risiken in der Supply Chain
  - 6.2 Risikoquellen in der Supply Chain
  - 6.3 Risiken und Unternehmenserfolg
7. Risikopolitische Strategien in der Supply Chain
  - 7.1 Risikomanagement innerhalb der Supply Chain
  - 7.2 Risikoanalyse
  - 7.3 Risikobewertung
  - 7.4 Risikovorsorge

8. Organisationsgestaltung durch Systemdenken und Simulationsansätze
  - 8.1 Grundlagen der Organisationsgestaltung
  - 8.2 System Dynamics: Systemdenken und -simulation
  - 8.3 Das Active Data Warehousing als technologischer Ansatz für Supply Chain Controlling und Risikomanagement

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Chopra, S./Meindl, P. (2007): Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation. 3. Auflage, Pearson, New Jersey.
- Cohen, S./Roussel, J. (2006): Strategisches Supply Chain Management. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Corsten, H./Gössinger, R. (2008): Einführung in das Supply Chain Management. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Handfield, R. B./Nichols, E. L. (2008): Introduction to Supply Chain Management. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Petry, T. (2006): Netzwerkstrategie. Kern eines integrierten Managements von Unternehmungsnetzwerken. Gabler, Wiesbaden.
- Pfohl, H. C. (2009): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8. Auflage, Springer, Berlin.
- Schulte, C. (2009): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2008): Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Case Studies. 3. Auflage, McGraw-Hill, Boston.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWCH02

## Data Science and Analytics

Module Code: DLMBDSA

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum	none	MA	10	300 h

Semester / Term	Duration	Regularly offered in	Language of Instruction
see curriculum	Minimum 1 semester	WiSe/SoSe	English

### Module Coordinator

Prof. Dr. Ulrich Kerzel (Data Science) / Prof. Dr. Ulrich Kerzel (Analytical Software and Frameworks)

### Contributing Courses to Module

- Data Science (DLMBDSA01)
- Analytical Software and Frameworks (DLMBDSA02)

### Module Exam Type

#### Module Exam

#### Split Exam

##### Data Science

- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes

##### Analytical Software and Frameworks

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Written Assignment

### Weight of Module

see curriculum

**Module Contents****Data Science**

- Introduction to data science
- Use cases and performance evaluation
- Pre-processing of data
- Processing of data
- Selected mathematical techniques
- Selected artificial intelligence techniques

**Analytical Software and Frameworks**

- Introduction to analytical software and frameworks
- Data storage
- Statistical modeling
- Machine learning
- Cloud computing platforms
- Distributed computing
- Database technologies

**Learning Outcomes****Data Science**

On successful completion, students will be able to

- identify use cases and evaluate the performance of data-driven approaches
- comprehend how data are pre-processed in preparation for analysis.
- develop typologies for data and ontologies for knowledge representation.
- decide for appropriate mathematical algorithms to utilize data analysis for a given task.
- understand the value, applicability, and limitations of artificial intelligence for data analysis.

**Analytical Software and Frameworks**

On successful completion, students will be able to

- comprehend how cloud computing and distributed computing support the field of data analytics.
- understand in-memory database technologies for real-time analytics.
- apply advanced statistics and machine learning solutions to solve data analysis problems.
- compare the capabilities and limitations of the presented software solutions.

**Links to other Modules within the Study Program**

This module is similar to other modules in the field(s) of Data Science & Artificial Intelligence

**Links to other Study Programs of IUBH**

All Master Programmes in the IT & Technology field(s)

# Data Science

Course Code: DLMBDSA01

Study Level	Language of Instruction	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

## Course Description

The course Data Science provides the framework to create value from data. After an introduction the course covers how to identify suitable use cases and evaluate the performance of data-driven methods. The course covers techniques for the technical processing of data and then introduces advanced mathematical techniques and selected methods from artificial intelligence that are used to analyze data and make predictions.

## Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- identify use cases and evaluate the performance of data-driven approaches
- comprehend how data are pre-processed in preparation for analysis.
- develop typologies for data and ontologies for knowledge representation.
- decide for appropriate mathematical algorithms to utilize data analysis for a given task.
- understand the value, applicability, and limitations of artificial intelligence for data analysis.

## Contents

1. Introduction to Data Science
  - 1.1 Overview of Data Science
  - 1.2 Terms and Definitions
  - 1.3 Applications & Notable Examples
  - 1.4 Sources of Data
  - 1.5 Structured, Unstructured, Streaming
  - 1.6 Typical Data Sources and their Data Type
  - 1.7 The 4 V's of Data: Volume, Variety, Velocity, Veracity
  - 1.8 Introduction to Probability Theory
  - 1.9 What Are Probabilities and Probability Distributions
  - 1.10 Introduction to Bayesian Statistics
  - 1.11 Relation to Data Science: Prediction as a Probability

2. Use Cases and Performance Evaluation
  - 2.1 Identification of Use Cases for Data Science
  - 2.2 Identifying Data Science Use Cases
  - 2.3 From Prediction to Decision: Generating Value from Data Science
  - 2.4 Evaluation of Predictions
  - 2.5 Overview of Relevant Metrics
  - 2.6 Business-centric Evaluation: the Role of KPIs
  - 2.7 Cognitive Biases and Decision-making Fallacies
3. Pre-processing of Data
  - 3.1 Transmission of Data
  - 3.2 Data Quality and Cleansing of Data
  - 3.3 Transformation of Data (Normalization, Aggregation)
  - 3.4 Reduction of Data Dimensionality
  - 3.5 Data Visualisation
4. Processing of Data
  - 4.1 Stages of Data Processing
  - 4.2 Methods and Types of Data Processing
  - 4.3 Output Formats of Processed Data
5. Selected Mathematical Techniques
  - 5.1 Linear Regression
  - 5.2 Principal Component Analysis
  - 5.3 Clustering
  - 5.4 Time-series Forecasting
  - 5.5 Overview of Further Approaches
6. Selected Artificial Intelligence Techniques
  - 6.1 Support Vector Machines
  - 6.2 Neural Networks and Deep Learning
  - 6.3 Feed-forward Networks
  - 6.4 Recurrent Networks and Memory Cells
  - 6.5 Convolutional Networks
  - 6.6 Reinforcement Learning
  - 6.7 Overview of Further Approaches

**Literature****Compulsory Reading****Further Reading**

- Agrawal, A. (2018). Prediction machines: The simple economics of artificial intelligence. Brighton, MA: Harvard Business Review.
- Hu, F. (2016). Big data: storage, sharing, and security. Boca Raton, FL: Auerbach Publications.
- Ciaburro, G., & Venkateswaran, B. (2017). Neural networks with R: Smart models using CNN, RNN, deep learning, and artificial intelligence principles. Birmingham: Packt Publishing.
- Kepner, J., & Jananathan, H. (2018). Mathematics of big data: Spreadsheets, databases, matrices, and graphs. Cambridge, MA: MIT Press.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2015). Artificial intelligence: A modern approach. New York, NY: Pearson Education.
- Géron, A. (2017). Hands-on machine learning with Scikit-Learn and TensorFlow. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.

**Study Format Distance Learning**

<b>Study Format</b> Distance Learning	<b>Course Type</b> Online Lecture
--	--------------------------------------

<b>Information about the examination</b>	
<b>Examination Admission Requirements</b>	<b>BOLK:</b> yes <b>Course Evaluation:</b> no
<b>Type of Exam</b>	Exam, 90 Minutes

<b>Student Workload</b>					
<b>Self Study</b>	<b>Presence</b>	<b>Tutorial</b>	<b>Self Test</b>	<b>Practical Experience</b>	<b>Hours Total</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Instructional Methods</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template	<input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Analytical Software and Frameworks

Course Code: DLMBDSA02

Study Level	Language of Instruction	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	DLMBDSA01

## Course Description

Analytical Software and Frameworks provides insight into contemporary software and platforms solutions for data analytics in business. The course introduces relevant frameworks and software used in modern data science projects. Commercial and open-source for cloud computing, distributed computing and machine learning, as well as a commercial development platform for in-memory database analytics, are covered. Additional software solutions may be covered by the lecturer as convenient.

## Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprehend how cloud computing and distributed computing support the field of data analytics.
- understand in-memory database technologies for real-time analytics.
- apply advanced statistics and machine learning solutions to solve data analysis problems.
- compare the capabilities and limitations of the presented software solutions.

## Contents

1. Introduction
  - 1.1 Software Systems
  - 1.2 Frameworks
  - 1.3 Distributed Computing
  - 1.4 Databases and Data Warehousing
2. Data Storage
  - 2.1 Data Clustering
  - 2.2 Data Replication
  - 2.3 Data Indexing
  - 2.4 Data Warehousing
3. Statistical Modeling Frameworks
  - 3.1 The R Project for Statistical Computing
  - 3.2 The Python Ecosystem

4. Machine Learning & Artificial Intelligence
  - 4.1 Overview of Modern Machine Learning Frameworks
  - 4.2 Introduction to TensorFlow & Keras
5. Cloud Computing Platforms & On-Premise Solutions
  - 5.1 Advantages and Disadvantages of Cloud, On-premise, and Edge Solutions
  - 5.2 Overview of Cloud Computing Solutions
6. Distributed Computing
  - 6.1 Overview of Distributed Computing Approaches
  - 6.2 Overview of Streaming Approaches
  - 6.3 Other Solutions
7. Database Technologies
  - 7.1 Overview of Database Approaches
    - 7.1.1 Row-based versus Column-based
    - 7.1.2 In Memory DB
    - 7.1.3 Relational DB versus noSQL
    - 7.1.4 Timeseries DB
  - 7.2 Overview of Database Implementations

<b>Literature</b>
<b>Compulsory Reading</b>
<p><b>Further Reading</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chambers, B., &amp; Zaharia, M. (2018). Spark: The definitive guide: Big data processing made simple . Newton, MA: O'Reilly Media.</li> <li>▪ Elmasri, R., &amp; Navathe, S. B. (2015). Fundamentals of database systems (7 th ed.). New York, NY: Pearson.</li> <li>▪ Lander, J. P. (2017). R for everyone: Advanced analytics and graphics (2 nd ed.). Boston, MA: Addison-Wesley Professional.</li> <li>▪ Lyubimov, D., &amp; Palumbo, A. (2016). Apache Mahout: Beyond MapReduce . North Charleston, SC: CreateSpace Independent Publishing.</li> <li>▪ Modi, R. (2017). Azure for architects: Implementing cloud design, DevOps, IoT, and serverless solutions on your public cloud . Birmingham: Packt Publishing.</li> <li>▪ Valliappa Lakshmanan, V. (2018). Data science on the Google Cloud Platform: Implementing end-to-end real-time data pipelines: From Ingest to machine learning . Newton, MA: O'Reilly Media.</li> <li>▪ Walkowiak, S. (2016). Big data analytics with R: Utilize R to uncover hidden patterns in your big data . Birmingham: Packt Publishing.</li> <li>▪ White, T. (2015). Hadoop: The definitive guide: Storage and analysis at Internet scale (4 th ed.). Newton, MA: O'Reilly Media.</li> <li>▪ Wittig, A., &amp; Wittig, M. (2018). Amazon Web Services in action (2 nd ed.). Shelter Island, NY: Manning Publications.</li> <li>▪ Géron, A. (2017). Hands-on machine learning with Scikit-Learn and TensorFlow . Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.</li> </ul>

**Study Format Distance Learning**

<b>Study Format</b> Distance Learning	<b>Course Type</b> Online Lecture
--	--------------------------------------

<b>Information about the examination</b>	
<b>Examination Admission Requirements</b>	<b>BOLK:</b> no <b>Course Evaluation:</b> no
<b>Type of Exam</b>	Written Assessment: Written Assignment

<b>Student Workload</b>					
<b>Self Study</b> 110 h	<b>Presence</b> 0 h	<b>Tutorial</b> 20 h	<b>Self Test</b> 20 h	<b>Practical Experience</b> 0 h	<b>Hours Total</b> 150 h

<b>Instructional Methods</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template	<input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Immobilienwirtschaft

Modulcode: MWIM

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sigrid Schäfer (Immobilieninvestition und -finanzierung) / Prof. Dr. Sigrid Schäfer (Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement)

## Kurse im Modul

- Immobilieninvestition und -finanzierung (MWIM01)
- Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement (MWIM02)

## Art der Prüfung(en)

<b>Modulprüfung</b>	<b>Teilmodulprüfung</b> <u>Immobilieninvestition und -finanzierung</u> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten <u>Immobiliencontrolling und - portfoliomanagement</u> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten
---------------------	---

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Immobilieninvestition und -finanzierung**

- Immobilien und Immobilienmärkte
- Immobilienspezifische Wirtschaftlichkeitsanalyse und Investitionsrechnung
- Wertermittlung von Immobilien
- Finanzierung von Immobilien und Projekten
- Immobilienanlageprodukte

**Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement**

- Grundlagen des Immobiliencontrollings
- Kennzahlensysteme im Immobiliencontrolling
- Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument
- Ganzheitliches Portfoliomanagement

**Qualifikationsziele des Moduls****Immobilieninvestition und -finanzierung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten der Immobilienbranche zu verstehen.
- die unterschiedlichen Immobilienmärkte zu überblicken.
- Verfahren der Wirtschaftlichkeitsanalyse auf Immobilien zu übertragen.
- die verschiedenen Modelle und Methoden der Wertermittlung zu erläutern und diese anzuwenden.
- die Gestaltung verschiedener Immobilienanlageprodukte zu erläutern.
- die Arten der Immobilienfinanzierung aus Sicht von Projektentwickler, Investoren und Banken zu benennen.

**Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- verschiedene Modelle und Ansätze des Immobiliencontrollings zu kategorisieren.
- die Instrumente der Planung und Prognose einzuordnen und situationsadäquat anzuwenden.
- Kennzahlensysteme zu strukturieren.
- Kennzahlen im Rahmen der ganzheitlichen Steuerung von Immobilienportfolios entscheidungsbezogen zu nutzen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen im Bereich Immobilien auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

# Immobilieninvestition und -finanzierung

Kurscode: MWIM01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Immobiliensektor hat traditionell eine hohe volkswirtschaftliche Bedeutung. Berufe wie die des Maklers und des Hausverwalters unterliegen bisher einer nur eingeschränkten Regulierung. Gleichzeitig hat sich der Immobiliensektor wesentlich professionalisiert und Akteure müssen heute über ein fundiertes rechtliches, finanzwissenschaftliches und betriebswirtschaftliches Fachwissen verfügen, um am Markt bestehen zu können. Zudem ist der Markt von professionellen Immobilieninvestoren und Projektentwicklern dadurch geprägt, dass hohe Investitions- und Finanzierungsbeträge nötig sind in einem Umfeld, das durch besondere Risiken geprägt ist. Der Kurs Immobilieninvestition und -finanzierung führt umfassend in den Themenbereich immobilienwirtschaftlicher Investitionen einschließlich deren Bewertung und Finanzierung ein. Die Studierenden werden an die Grundlagen des Fachbereiches herangeführt. Zunächst werden einführend die Besonderheiten der Immobilienbranche charakterisiert, wobei die unterschiedlichen Immobilienarten und -märkte besprochen werden. Dann geht der Kurs auf die wesentlichen rechtlichen Grundlagen der Wirtschaftlichkeitsanalyse ein, welche wiederum auch Grundlage der Immobilienbewertung im Sinne der Marktwertentwicklung ist. Schließlich vermittelt der Kurs die Gestaltungsmöglichkeiten für ganzheitliche Immobilienanlageprodukte. Nach Durcharbeit dieses Kurses wissen die Studierenden somit um die Besonderheiten der Immobilienmärkte und verfügen über vertiefte Kenntnisse der Immobilienanalyse und -bewertung.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten der Immobilienbranche zu verstehen.
- die unterschiedlichen Immobilienmärkte zu überblicken.
- Verfahren der Wirtschaftlichkeitsanalyse auf Immobilien zu übertragen.
- die verschiedenen Modelle und Methoden der Wertermittlung zu erläutern und diese anzuwenden.
- die Gestaltung verschiedener Immobilienanlageprodukte zu erläutern.
- die Arten der Immobilienfinanzierung aus Sicht von Projektentwickler, Investoren und Banken zu benennen.

## Kursinhalt

1. Standort- und Marktanalyse
  - 1.1 Grundsätzliche Aufgaben der Standort- und Marktanalyse
  - 1.2 Untersuchungsbereiche der Standortanalyse
  - 1.3 Untersuchungsbereiche der Marktanalyse

2. Immobilienspezifische Wirtschaftlichkeitsanalyse und Investitionsrechnung
  - 2.1 Grundlagen der Wirtschaftlichkeitsanalyse
  - 2.2 Statische Kosten- und Gewinnvergleichsrechnung
  - 2.3 Statische Renditevergleichsrechnung
  - 2.4 Barwertprinzip als Grundlage dynamischer Methoden
  - 2.5 Absolute Bewertung mittels Discounted Cash Flow (DCF) und Kapitalwert
  - 2.6 Relative Bewertung mittels Internem Zinsfuß
3. Wertermittlung von Immobilien
  - 3.1 Anlässe, Begriffe, Rechtsgrundlagen
  - 3.2 Vergleichswertverfahren
  - 3.3 Sachwertverfahren
  - 3.4 Ertragswertverfahren
4. Finanzierung von Immobilien und Projekten
  - 4.1 Bedarf und Kriterien der Immobilienfinanzierung
  - 4.2 Grundsätzliche Quellen der Immobilienfinanzierung
  - 4.3 Klassische Darlehensfinanzierung
  - 4.4 Mezzanines Kapital
  - 4.5 Komplexe Finanzierungsvarianten im institutionellen Immobiliengeschäft
5. Immobilienanlageprodukte
  - 5.1 Anlageprodukte als Erweiterung der Immobiliendirektanlage
  - 5.2 Geschlossene Immobilienfonds
  - 5.3 Offene Immobilienfonds
  - 5.4 Immobilien-Aktiengesellschaften

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Gesetzestexte: (u. a.) Wohnungseigentumsgesetz, Bürgerliches Gesetzbuch, BauGB, Landesbauordnungen, ImmoWerV, WertR, PfandbriefG.
- Kleiber, W. (2010): Verkehrswertermittlung von Grundstücken. 6. Auflage, Bundesanzeiger Verlag, Berlin.
- Rottke, N./Thomas, M. (Hrsg.) (2011): Immobilienwirtschaftslehre, Band 1. Management. IMV, Köln.
- Schmoll, F. (2008) Basiswissen Immobilienwirtschaft. 2. Auflage, Grundeigentum Verlag, Berlin.
- Schulte, K.-W. (2008): Immobilienökonomie, Band 1. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 4. Auflage, Oldenbourg, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement

Kurscode: MWIM02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Immobiliensektor hat traditionell eine hohe volkswirtschaftliche Bedeutung. Bei Immobiliengeschäften geht es meistens um hohe finanzielle Beträge, was moderne Immobilienmanagement-Methoden und Managementansätzen sowie eine fundierte Wertermittlung erfordert. Zudem wird Fachexpertise moderner Analysemethoden benötigt, um Märkte und Standorte einschätzen und darauf aufbauend Investitionsentscheidungen treffen zu können. Der Kurs Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement vertieft die Fragen der wirtschaftlichen, ergebnisorientierten Steuerung von Immobilienportfolios mittels analytischer Techniken des Immobiliencontrollings und -portfoliomanagements. Dazu werden grundlegende Tools wie Kennzahlen und Kennzahlensysteme besprochen. Diese werden weitergehend mit Techniken der Planung und Prognose verknüpft. Als Instrumente der ganzheitlichen Steuerung werden schließlich Balanced Scorecards und Portfoliomanagementtechniken vorgestellt. Nach Durcharbeit dieses Kurses können die Studierenden auf der Grundlage verschiedener theoretischer Ansätze die unterschiedlichen Steuerungsinstrumente im Immobilienmanagement einschätzen und anwenden. Außerdem werden sie befähigt, das Management von Transaktionen zu planen und umzusetzen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- verschiedene Modelle und Ansätze des Immobiliencontrollings zu kategorisieren.
- die Instrumente der Planung und Prognose einzuordnen und situationsadäquat anzuwenden.
- Kennzahlensysteme zu strukturieren.
- Kennzahlen im Rahmen der ganzheitlichen Steuerung von Immobilienportfolios entscheidungsbezogen zu nutzen.

## Kursinhalt

1. Grundlagen des Immobiliencontrollings
  - 1.1 Management- und Informationsdefizite als Ausgangsbasis des Immobiliencontrollings
  - 1.2 Allgemeine Aufgaben des Controllings
  - 1.3 Ableitung eines branchenspezifischen Immobiliencontrollings
  - 1.4 Modularer Aufbau des Immobiliencontrollings
  - 1.5 Wirtschaftlichkeit des Immobiliencontrollings durch Nutzung geeigneter Schnittstellen

2. Kennzahlensysteme im Immobiliencontrolling
  - 2.1 Kennzahlen als Analysewerkzeug
  - 2.2 Von Kennzahlen zu Kennzahlensystemen
  - 2.3 Multidimensionale Kennzahlensysteme im Immobiliencontrolling
  - 2.4 Standardreports direkt aus dem Kennzahlensystem
3. Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument
  - 3.1 Grundkonzept einer „Ausbalancierten Kennzahlentafel“
  - 3.2 Ableitung von Balanced Scorecards für Immobilien
  - 3.3 Beispiel: Balanced Scorecard für ein vermietetes Mehrfamilienhaus
4. Ganzheitliches Portfoliomanagement
  - 4.1 Rendite-Risiko-Kombinationen im Modell der Portfolio Selection nach Markowitz
  - 4.2 Ermittlung des Diversifikationseffekts
  - 4.3 Interpretation der Effizienzkurve
  - 4.4 Auswahl eines effizienten Immobilienportfolios
  - 4.5 Umsetzung eines effizienten Immobilienportfolios (praxistypische Steuerung)

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Metzner, S. (2001): Immobiliencontrolling. Strategische Analyse und Steuerung von Immobilienergebnissen auf Basis von Informationssystemen. Books on Demand, Norderstedt.
- Metzner, S. (2013): Immobilienökonomische Methoden zur Entscheidungsunterstützung und Planung. Mosenstein und Vannerdat, Münster.
- Rottke, N./Thomas, M. (Hrsg.) (2011): Immobilienwirtschaftslehre, Band 1. Management. IMV, Köln.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWIM02

# Strategisches Hotelmanagement

Modulcode: MWSH

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Edgar Schaetzing (Hotellerie I) / Prof. Dr. Edgar Schaetzing (Hotellerie II)

## Kurse im Modul

- Hotellerie I (MWSH01)
- Hotellerie II (MWSH02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

#### Hotellerie I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

#### Hotellerie II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Hotellerie I**

- Feasibility Studies und Businesspläne in Hotellerie & Gastronomie
- Unternehmensorientierung und Marketing für neue Hotel- und Restaurantprojekte
- Budgetplanung
- Kennzahlen als Steuerungsinstrument
- Abweichungsanalysen für verbesserte Managemententscheidungen
- Managementfehler im Hospitality Management

**Hotellerie II**

- Management by Outsourcing im Gastgewerbe
- Die Balanced Scorecard als strategisches Managementsystem
- Systematisches Yield-Management zur Erhaltung und Steigerung des Marktanteils
- Strategische Angebotspolitik im Food & Beverage-Bereich
- Strategisches Management zur Flexibilisierung der Arbeitszeit
- Strategisches Qualitätsmanagement

**Qualifikationsziele des Moduls****Hotellerie I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Formulierung der Unternehmenspolitik und des Leitbildes in einer dienstleistungsorientierten Branche einzuschätzen und zu strukturieren sowie die Inhalte selbstständig zu erarbeiten.
- relevante Märkte strategisch zu analysieren und strategische Implikationen zu prognostizieren, relevante Themen für das Management zu adressieren, diese darzustellen und Planungsvorschläge zu präsentieren.
- Strategien zu formulieren und zu bewerten.
- die grundlegenden Einflussfaktoren dieser Branche zu charakterisieren, zu analysieren und entsprechende Lösungsvorschläge zur Optimierung zu unterbreiten.
- Standortstudien zu erstellen, die eigene Marktposition zu definieren, neue Märkte zu erschließen, komplexe Finanzierungsmodelle zu erarbeiten und diese mit Kapitalgebern zu diskutieren.

**Hotellerie II**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bereiche des strategischen Controllings in einer dienstleistungsorientierten Branche zu erläutern und diese zu strukturieren sowie die Inhalte selbstständig erarbeiten.
- Strategien für relevante Märkte zu entwickeln, relevante Strategien für das Management zu adressieren, diese darzustellen und die Strategien zu präsentieren.
- Strategien zu formulieren, zu implementieren und zu kontrollieren.
- Risiken zu identifizieren und zu bewerten.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich  
Hotelmanagement auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Hospitality,  
Tourismus & Event

# Hotellerie I

Kurscode: MWSH01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Ziel dieses Kurses ist es, die Kenntnisse der speziellen strategischen Implikationen des Hotel- und Gastgewerbes zu vermitteln und auf die speziellen Strukturen der Branche anzuwenden.

Grundlagen der strategischen Planung und der Unternehmensentwicklung unter Berücksichtigung sich wandelnder Markttrends werden vermittelt. Anhand der Struktur der strategischen Planung werden die einzelnen Elemente des Planens detailliert und systematisch erarbeitet. Dieses Wissen ist Grundlage jeder Investitions- und Finanzierungsentscheidung. Der Kurs vertieft ferner spezielle, für das Hotel und Gastgewerbe relevante Rechtsgrundlagen des Privatrechts, vermittelt die Kenntnisse branchenspezifischer Führungs- und Organisationsstrukturen, erörtert Einflüsse des sich wandelnden umweltverträglichen und nachhaltigen Verhaltens auf Prozesse, vertieft die notwendigen Kenntnisse des Finanzmanagements und vermittelt Werkzeuge der Unternehmensanalyse. Zum elementaren Wissen des Hotel- und Gastgewerbes gehört zudem das Verständnis für die Projektentwicklung neuer Standorte, Machbarkeitsstudien und die Kenntnis der zugrunde liegenden immobilienwirtschaftlichen Investitionsbedingungen.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Formulierung der Unternehmenspolitik und des Leitbildes in einer dienstleistungsorientierten Branche einzuschätzen und zu strukturieren sowie die Inhalte selbstständig zu erarbeiten.
- relevante Märkte strategisch zu analysieren und strategische Implikationen zu prognostizieren, relevante Themen für das Management zu adressieren, diese darzustellen und Planungsvorschläge zu präsentieren.
- Strategien zu formulieren und zu bewerten.
- die grundlegenden Einflussfaktoren dieser Branche zu charakterisieren, zu analysieren und entsprechende Lösungsvorschläge zur Optimierung zu unterbreiten.
- Standortstudien zu erstellen, die eigene Marktposition zu definieren, neue Märkte zu erschließen, komplexe Finanzierungsmodelle zu erarbeiten und diese mit Kapitalgebern zu diskutieren.

**Kursinhalt**

1. Feasibility Studies und Businesspläne in Hotellerie & Gastronomie
  - 1.1 Wie erstellt man eine Feasibility Study mit betriebswirtschaftlichen, finanziellen, rechtlichen und operationalen Grundlagen?
  - 1.2 Wie ist ein Businessplan aufgebaut und welche Unterschiede gibt es zwischen einer Feasibility Study und einem Businessplan?
2. Unternehmensorientierung und Marketing für neue Hotel- und Restaurantprojekte
  - 2.1 Welche Determinanten und welchen Einfluss hat die Unternehmensorientierung?
  - 2.2 Wie erstellt man schrittweise einen Marketingplan?
  - 2.3 Welche Anforderungen stellt man an das Marketing der Zukunft?
3. Budgetplanung in Hotellerie & Gastronomie
  - 3.1 In welchen acht Schritten erfolgt die Budgetplanung für das anstehende Wirtschaftsjahr?
  - 3.2 Managementkontrolle für den Food & Beverage-Bereich durch Budgetierung nach dem Uniform System of Accounts for the Lodging Industry (USALI)
4. Kennzahlen als Steuerungsinstrument in Hotellerie und Gastronomie
  - 4.1 Welche Informationen geben Kennzahlen und wie werden sie ausgewertet?
  - 4.2 Mit welchen Kennzahlen kontrolliert man die Produktivität im Logisbereich?
  - 4.3 Mit welchen Kennzahlen kontrolliert man die Produktivität im Food & Beverage-Bereich?
5. Abweichungsanalysen für verbesserte Managemententscheidungen in der Hotellerie
  - 5.1 Wie erstellt man Kosten-Varianzanalysen im Food & Beverage-Bereich?
  - 5.2 Wie erstellt man Kosten-Varianzanalysen im Logis-Bereich?
  - 5.3 Wie kontrolliert man die Preispolitik im Logisbereich? Anwendung der Deckungsbeitrags-Flussrechnung als Höchstform der Varianzanalysen
6. Die zehn größten Managementfehler im Hospitality Management und wie man sie vermeidet
  - 6.1 Die zehn größten Managementfehler im Hospitality Management

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bamberg, G./Coenenberg A. G./Krapp, M. (2008): Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre. 14. Auflage, Vahlen, München.
- Baum, H.-G./Coenenberg, A. G./Günther, T. (2007): Strategisches Controlling. 4. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Camphausen, B. (2007): Strategisches Management. Planung, Entscheidung, Controlling. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Coenenberg, A. G./Baum, H.-G./Simon, H. (1998): Strategisches Controlling. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Doerner, R.-W./Niemeyer, M. (2011): Kompendium der Hotelimmobilie. Immobilien Zeitung, Wiesbaden.
- Esch, F.-R. et al. (2007): Corporate Brand Management. Marken als Anker strategischer Führung von Unternehmen. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Klein, R./Scholl, A. (2004): Planung und Entscheidung. Konzepte, Modelle und Methoden einer modernen betriebswirtschaftlichen Entscheidungsanalyse. Vahlen, München.
- Patzak, G./Rattay, G. (2008): Projektmanagement. Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen. 5. Auflage, Linde, Wien.
- Pircher-Friedrich, A. (2011): Strategisches Management in der Hotellerie. 2. Auflage, dfv, Frankfurt a. M.
- Richter, T. (2009): Vertragsrecht. Die Grundlagen des Wirtschaftsrechts. Vahlen, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Podcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

## Hotellerie II

Kurscode: MWSH02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

### Beschreibung des Kurses

Ziel dieses Kurses ist es, die Kenntnisse der speziellen strategischen Planung im Hotel- und Gastgewerbe auf die speziellen Strukturen der Branche anzuwenden. Grundlagen der strategischen Planung und der Unternehmensentwicklung unter Berücksichtigung sich wandelnder Markttrends werden vermittelt. Anhand der Struktur der strategischen Planung werden die einzelnen Elemente des Planens detailliert und systematisch erarbeitet. Dieses Wissen ist Grundlage jeder Investitions- und Finanzierungsentscheidung. Der Kurs vertieft ferner spezielle, für das Hotel- und Gastgewerbe relevante Rechtsgrundlagen des Privatrechts, vermittelt die Kenntnisse branchenspezifischer Führungs- und Organisationsstrukturen, erörtert Einflüsse des sich wandelnden umweltverträglichen und nachhaltigen Verhaltens auf Prozesse, vertieft die notwendigen Kenntnisse des Finanzmanagements und vermittelt Werkzeuge der Unternehmensanalyse. Zum elementaren Wissen des Hotel- und Gastgewerbes gehört zudem das Verständnis für die Projektentwicklung neuer Standorte, Machbarkeitsstudien und die Kenntnis der zugrunde liegenden immobilienwirtschaftlichen Investitionsbedingungen.

### Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bereiche des strategischen Controllings in einer dienstleistungsorientierten Branche zu erläutern und diese zu strukturieren sowie die Inhalte selbstständig erarbeiten.
- Strategien für relevante Märkte zu entwickeln, relevante Strategien für das Management zu adressieren, diese darzustellen und die Strategien zu präsentieren.
- Strategien zu formulieren, zu implementieren und zu kontrollieren.
- Risiken zu identifizieren und zu bewerten.

### Kursinhalt

1. Management by Outsourcing im Gastgewerbe
  - 1.1 Was sind mögliche Ziele des Outsourcings?
  - 1.2 Möglichkeiten und Grenzen des Outsourcings im Gastgewerbe
  - 1.3 Welche Misserfolgskriterien gibt es beim Outsourcing zu beachten?
  - 1.4 Die Methodik des Outsourcing-Managements am Beispiel Housekeeping

2. Die Balanced Scorecard als strategisches Managementsystem in Hotellerie & Gastronomie
  - 2.1 Was will das Management mit der Balanced Scorecard erreichen?
  - 2.2 Welche Basiselemente beinhaltet die Balanced Scorecard?
  - 2.3 Wie wird eine Balanced Scorecard aufgebaut?
  - 2.4 Die Balanced Scorecard als erfolgreiches Kommunikationsinstrument
3. Systematisches Yield-Management zur Erhaltung und Steigerung des Marktanteils
  - 3.1 Yield-Management als kreatives Marketinginstrument
  - 3.2 Systematisches Yield-Management zur Erhaltung und Steigerung des Marktanteils
  - 3.3 Kurzfallstudie: Berechnung des Market Penetration Index (MPI) und des Average Rate Index
4. Strategische Angebotspolitik im Food & Beverage-Bereich
  - 4.1 Welche Informationen und Instrumente braucht man zur Angebotsanalyse?
  - 4.2 Wie lässt sich die Balanced Scorecard als Managementsystem zur Angebotspolitik einsetzen?
  - 4.3 Wie müssen die vier Perspektiven zur Angebotspolitik gewichtet werden?
5. Strategisches Management zur Flexibilisierung der Arbeitszeit in Hotellerie & Gastronomie
  - 5.1 Welche Arbeitszeitformen gibt es im Gastgewerbe?
  - 5.2 Welche Basiselemente helfen, mitarbeiterbezogene, betriebliche und gesellschaftliche Ziele der flexiblen Arbeitszeit zu erfüllen?
  - 5.3 Wie muss die Balanced Scorecard aufgebaut sein, um mit strategischem Management die Flexibilisierung der Arbeitszeit in Hotellerie und Gastronomie einzuführen?
6. Strategisches Qualitätsmanagement im Gastgewerbe
  - 6.1 Welche acht Dimensionen gehören zum strategischen Qualitätsmanagement?
  - 6.2 Mit welchen vier Schritten lässt sich die Qualität im Gastgewerbe kontrollieren?
  - 6.3 Was versteht man unter einem integrierten Qualitätssicherungskonzept?

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Alter, R. (2011): Controlling. Unterstützung des strategischen Managements. Oldenbourg, München.
- Baum, H.-G./Coenenberg, A. G./Günther, T. (2007): Strategisches Controlling. 4. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Doerner, R.-W./Niemeyer, M. (2011): Kompendium der Hotelimmobilie. Immobilien Zeitung, Wiesbaden.
- Coenenberg, A. G./Baum, H.-G./Simon, H. (1998): Strategisches Controlling. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Camphausen, B. (2007): Strategisches Management. Planung, Entscheidung, Controlling. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Hänssler, K. H. (Hrsg.) (2007): Management in der Hotellerie und Gastronomie. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 7. Auflage, Oldenbourg, München.
- Henselek, H. (1999): Hotelmanagement. Planung und Kontrolle. Oldenbourg, München.
- Klein, R./Scholl, A. (2004): Planung und Entscheidung. Konzepte, Modelle und Methoden einer modernen betriebswirtschaftlichen Entscheidungsanalyse. Vahlen, München.
- Patzak, G./Rattay, G. (2008): Projektmanagement. Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen. 5. Auflage, Linde, Wien.
- Pircher-Friedrich, A. (2011): Strategisches Management in der Hotellerie. 2. Auflage, dfv, Frankfurt a. M.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

MWSH02

# Strategisches Luftverkehrsmanagement

Modulcode: MWLV

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Hubert Vogl (Grundlagen des Luftverkehrs) / Prof. Dr. Hubert Vogl (Netz- und Yield Management)

## Kurse im Modul

- Grundlagen des Luftverkehrs (MWLV01)
- Netz- und Yield Management (MWLV02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

#### Grundlagen des Luftverkehrs

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

#### Netz- und Yield Management

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Grundlagen des Luftverkehrs**

- Einführung in den Luftverkehr
- Institutionen im Luftverkehr
- Geschäftsmodelle im Luftverkehr
- Produktionsfaktoren
- Luftverkehrspolitik
- Luftverkehrsrecht

**Netz- und Yield Management**

- Netzmanagement von Fluggesellschaften
- Yield Management

**Qualifikationsziele des Moduls****Grundlagen des Luftverkehrs**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Aufbau und die Funktionsweise der Luftverkehrsindustrie zu verstehen und nachzuvollziehen.
- nationale und internationale Institutionen zu benennen und deren Rolle innerhalb der Luftverkehrsindustrie zu erläutern.
- Geschäftsmodelle im Luftverkehr zu beschreiben.
- die Produktionsfaktoren zu analysieren.
- politische und rechtliche Fragestellungen zum Thema Luftverkehr zu verorten.

**Netz- und Yield Management**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Funktionsweisen der Bereiche Network und Yield Management zu beschreiben.
- die Aufgaben des Netz- und Yield Managements zu analysieren.
- konkrete Steuerungsmethoden des Netz- und Yield Managements zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich Luft- & Raumfahrt auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master-Programme im Bereich Transport & Logistik

# Grundlagen des Luftverkehrs

Kurscode: MWLV01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Die Luftverkehrsindustrie ist eine kontinuierlich wachsende Industrie – sowohl im Passagier- als auch im Frachtbereich. Die Wahlfächer im Bereich Luftverkehrsmanagement richten sich an alle Studierenden, die sich mit dieser Industrie näher befassen möchten. Dabei werden sowohl die organisatorischen und ordnungspolitischen Rahmenbedingungen behandelt als auch konkrete betriebswirtschaftliche Anwendungen und Hintergründe beleuchtet.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Aufbau und die Funktionsweise der Luftverkehrsindustrie zu verstehen und nachzuvollziehen.
- nationale und internationale Institutionen zu benennen und deren Rolle innerhalb der Luftverkehrsindustrie zu erläutern.
- Geschäftsmodelle im Luftverkehr zu beschreiben.
- die Produktionsfaktoren zu analysieren.
- politische und rechtliche Fragestellungen zum Thema Luftverkehr zu verorten.

## Kursinhalt

1. Einführung in den Luftverkehr
  - 1.1 Der Begriff des Luftverkehrs und die Luftverkehrsbranche als Studienobjekt
  - 1.2 Die Teilnehmer am Luftverkehr
2. Institutionen im Luftverkehr
  - 2.1 Einführung in die Luftverkehrsinstitutionen
  - 2.2 Nationale Luftverkehrsinstitutionen
  - 2.3 Internationale Luftverkehrsinstitutionen
3. Geschäftsmodelle im Luftverkehr
  - 3.1 Cargo-Fluggesellschaften

4. Flughäfen
  - 4.1 Definitionen, Abgrenzungen und Geschäftsfelder von Flughäfen
  - 4.2 Eigentümerschaft, Output und Nutzen von Flughäfen
  - 4.3 Flughafenwahl und Flughafenmarketing
  
5. Luftverkehrspolitik
  - 5.1 Gegenstand der Luftverkehrspolitik, Akteure und Entscheidungsprozesse
  - 5.2 Finanzpolitische Instrumente
  - 5.3 Umweltpolitik
  
6. Luftverkehrsrecht
  - 6.1 Öffentliches Luftverkehrsrecht
  - 6.2 Privates Luftverkehrsrecht

#### **Literatur**

##### **Pflichtliteratur**

##### **Weiterführende Literatur**

- Pompl, W. (2007): Luftverkehr. Eine ökonomische und politische Einführung. 5. Auflage, Springer, Berlin.
- Sterzenbach, R./Conrady, R./Fichert, F. (2008): Luftverkehr. Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch. 4. Auflage, Oldenbourg, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Podcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Netz- und Yield Management

Kurscode: MWLV02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Die Luftverkehrsindustrie ist eine kontinuierlich wachsende Industrie – sowohl im Passagier- als auch im Frachtbereich. Die Wahlfächer im Bereich Luftverkehrsmanagement richten sich an alle Studierenden, die sich mit dieser Industrie näher befassen möchten. Dabei werden sowohl die organisatorischen und ordnungspolitischen Rahmenbedingungen behandelt als auch konkrete betriebswirtschaftliche Anwendungen und Hintergründe beleuchtet.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Funktionsweisen der Bereiche Network und Yield Management zu beschreiben.
- die Aufgaben des Netz- und Yield Managements zu analysieren.
- konkrete Steuerungsmethoden des Netz- und Yield Managements zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.

## Kursinhalt

1. Netzwerkkarten und -charakteristika
  - 1.1 Netzwerkkarten
  - 1.2 Vor- und Nachteile von Hub&Spoke-Netzen
  - 1.3 Vor- und Nachteile von Punkt-zu-Punkt-Netzen
2. Netzwerkstrategien für typische Airline-Geschäftsmodelle
  - 2.1 Streckennetzwahl im Kurzstreckenverkehr
  - 2.2 Streckennetzwahl im Langstreckenverkehr
3. Planung, Kontrolle und Optimierung von Netzen
  - 3.1 Zeitliche Lage von Flügen in Hub-and-Spoke-Systemen
  - 3.2 Randbedingungen bei der Optimierung
  - 3.3 Rolling Hubs
  - 3.4 Optimierung von Point-to-Point-Netzen
4. Multi-Hub-Systeme
  - 4.1 Multi-Hub-Systeme

5. Benchmarking von Netzen
  - 5.1 Benchmarking von Luftverkehrsnetzen mit Angebotsdaten
  - 5.2 Benchmarking von Luftverkehrsnetzen mit Nachfragedaten
6. Grundlagen und Techniken des Yieldmanagements
  - 6.1 Angebots- und Nachfragecharakteristika im Luftverkehr
  - 6.2 Theorie der Preisdifferenzierung
  - 6.3 Instrumente des Yield-Managements in der Praxis
7. Yieldmanagement bei Netzwerk- und Low Cost-Fluggesellschaften
  - 7.1 Aufbau von Tarifen
  - 7.2 Kapazitätssteuerung
  - 7.3 Yield-Management in Airline-Netzwerken
  - 7.4 Besonderheiten im Yield-Management von Low Cost Fluggesellschaften
8. Überbuchung von Flügen
  - 8.1 No-Shows, Überbuchung und Denied Boarding
  - 8.2 Rechtliche Aspekte
  - 8.3 Low Cost Carrier und Überbuchungen

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Goedeking, P. (2010): Networks in Aviation. Strategies and Structures. Springer, Berlin.
- Klein, R./Steinhardt, C. (2008): Revenue Management. Grundlagen und Mathematische Methoden. Springer, Berlin.
- Pompl, W. (2007): Luftverkehr. Eine ökonomische und politische Einführung. 5. Auflage, Springer, Berlin.
- Sterzenbach, R./Conrady, R./Fichert, F. (2008): Luftverkehr. Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch. 4. Auflage, Oldenbourg, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Strategisches Tourismusmanagement

Modulcode: MWTO

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine</li> <li>▪ MWTO01</li> </ul>	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Kristina Sommer (Tourismusmanagement I) / Prof. Dr. Kristina Sommer (Tourismusmanagement II)

## Kurse im Modul

- Tourismusmanagement I (MWTO01)
- Tourismusmanagement II (MWTO02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

#### Tourismusmanagement I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

#### Tourismusmanagement II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Tourismusmanagement I**

- Reisemotivation, Reiseentscheidung und Gästetypologien
- Reiseveranstalter und touristischer Vertrieb
- Aspekte touristischer Verkehrsträger
- Attraktions- und Eventmanagement

**Tourismusmanagement II**

- Erlebnisgestaltung im Tourismus
- Destinationsmanagement
- Gesundheitstourismus
- Soziologische und gesellschaftliche Aspekte des Tourismus
- Aktuelle Fragen des Tourismusmanagements

**Qualifikationsziele des Moduls****Tourismusmanagement I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Teilmärkte des Tourismus zu verstehen.
- die verschiedenen Anbieter zu beschreiben.
- Problemfelder des Tourismus zu erkennen und erfolgreiche Strategien im Wettbewerb aufzuzeigen.

**Tourismusmanagement II**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Themen des Tourismus, wie beispielsweise die Inszenierung von Erlebnissen, das Destinationsmanagement, oder den Gesundheitstourismus zu skizzieren.
- soziologische Hintergründe darzustellen und zu vergleichen.
- das Verhältnis von Reiseveranstaltern und Reisebüros zu erläutern.
- den Wandel der Pauschalreise zu skizzieren.
- begründete Aussagen zur Wettbewerbssituation von Reisebüros zu treffen.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Baut auf Modulen aus dem Bereich  
Tourismusmanagement auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Master Programme im Bereich  
Hospitality, Tourismus & Event

# Tourismusmanagement I

Kurscode: MWT001

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Die Tourismusindustrie trägt weltweit erheblich zum BSP und zur Beschäftigung bei. Die Wahlfächer im Bereich Tourismusmanagement richten sich an Studierende, die sich mit dieser Industrie näher befassen möchten. Der Kurs Tourismusmanagement I gibt eine Einführung in die Thematik und zeigt Besonderheiten der Industrie und des angebotenen Produktes auf. Auf der Kundenseite werden Determinanten der Reiseentscheidung aufgezeigt und darauf basierend Erfolgsfaktoren erarbeitet. Auf der Angebotsseite des Tourismus beinhaltet der Kurs einen Überblick über alle relevanten Anbieter, ihre Charakteristiken und ihre Position im Wettbewerb. Schließlich wird die Bedeutung von Innovationen für die Tourismusindustrie aufgezeigt und Ansätze sowie Praxisbeispiele im Tourismus erarbeitet.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Teilmärkte des Tourismus zu verstehen.
- die verschiedenen Anbieter zu beschreiben.
- Problemfelder des Tourismus zu erkennen und erfolgreiche Strategien im Wettbewerb aufzuzeigen.

## Kursinhalt

1. Bedeutung der Tourismusbranche
  - 1.1 Die wirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche
  - 1.2 Definitionen und wichtige Begriffe
2. Besonderheiten des Tourismusprodukts
  - 2.1 Besonderheiten von Dienstleistungen
  - 2.2 Immaterielle Produkte
  - 2.3 Nicht-lagerfähige Produkte
  - 2.4 Heterogene Produkte
  - 2.5 Integration des externen Faktors
  - 2.6 Risiken bei der Reiseentscheidung

3. Reisemotivation: Warum wird eigentlich gereist?
  - 3.1 Reisemotivation
  - 3.2 Reisemotivation und Forschung
  - 3.3 „Push und Pull“-Motivation
4. Reiseinformation und Reiseentscheidung
  - 4.1 Wie und wo informieren sich und buchen die deutschen Urlauber in der Praxis?
  - 4.2 Theoretischer Hintergrund der Reiseinformation und Reiseentscheidung
  - 4.3 Phasen der Reiseentscheidung
5. Attraktionen und Events
  - 5.1 Attraktionen
  - 5.2 Events
6. Verkehrsträger
  - 6.1 Überblick über verschiedene Verkehrsträger
  - 6.2 Entwicklung und spezielle Aspekte des Luftverkehrs
  - 6.3 Geschäftsmodelle am Beispiel des Luftverkehrs
7. Reiseveranstalter
  - 7.1 Was ist ein Reiseveranstalter?
  - 7.2 Die Leistung des Reiseveranstalters: Die Pauschalreise
  - 7.3 Die Entwicklung des Reiseveranstaltermarktes
  - 7.4 Reiseveranstalter im Wettbewerb
  - 7.5 Horizontale Integration
  - 7.6 Vertikale Integration
8. Reisevertrieb
  - 8.1 Was bedeutet Vertrieb im Tourismus?
  - 8.2 Direkter und indirekter Vertrieb
  - 8.3 Was genau ist ein Reisemittler?
  - 8.4 Vor- und Nachteile aus Sicht des Reiseveranstalters
9. Innovationen und Trends im Tourismus
  - 9.1 Grundlagen zum Innovationsbegriff
  - 9.2 Innovationen im Tourismus
  - 9.3 Trends im Tourismus

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Freyer, W./Pompl, W. (Hrsg.) (2008): Reisebüro-Management. Gestaltung der Vertriebsstrukturen im Tourismus. 2. Auflage, Oldenbourg, München/Wien.
- Hauschildt, J./Salomo, S. (2010): Innovationsmanagement. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Mundt, J. W. (2007): Reiseveranstaltung. Lehr- und Handbuch. 7. Auflage, Oldenbourg, München/Wien.
- Pompl, W. (2008): Luftverkehr. Eine ökonomische und politische Einführung. 5. Auflage, Springer, Berlin.
- Roth, P./Schrand, A. (2002): Touristikmarketing. 4. Auflage, Vahlen, München.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 90 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 30 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 30 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Tourismusmanagement II

Kurscode: MWTO02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	MWTO01

## Beschreibung des Kurses

Die Tourismusindustrie trägt weltweit erheblich zum BSP und zur Beschäftigung bei. Die Wahlfächer im Bereich Tourismusmanagement richten sich an Studierende, die sich mit dieser Industrie näher befassen möchten. Der Kurs Tourismusmanagement II vertieft die im Kurs I behandelten Inhalte um weitere strategische Aspekte. Besondere Schwerpunkte werden auf aktuelle Fragen der Wettbewerbsfähigkeit gelegt und so z. B. die Gestaltung von Erlebnissen, Gesundheitstourismus, das Management touristischer Destinationen behandelt. Ergänzt werden diese praxisorientierten Inhalte um Aspekte des Tourismus in der Gesellschaft, Tourismussoziologie und Nachhaltigkeit, aber auch um aktuelle Fragestellungen in verschiedenen Bereichen des Tourismus.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Themen des Tourismus, wie beispielsweise die Inszenierung von Erlebnissen, das Destinationsmanagement, oder den Gesundheitstourismus zu skizzieren.
- soziologische Hintergründe darzustellen und zu vergleichen.
- das Verhältnis von Reiseveranstaltern und Reisebüros zu erläutern.
- den Wandel der Pauschalreise zu skizzieren.
- begründete Aussagen zur Wettbewerbssituation von Reisebüros zu treffen.

## Kursinhalt

1. Erlebnisgestaltung im Tourismus
  - 1.1 Erlebnisse im Kontrast zu Gütern und Dienstleistungen
  - 1.2 Die Bedeutung von Erlebnissen für die Anbieter und Nachfrager
  - 1.3 Erlebnisgestaltung in der Praxis
  - 1.4 Psychologische Mechanismen der Erlebnisgestaltung
2. Gesundheitstourismus
  - 2.1 Marktüberblick
  - 2.2 Arten und Geschäftsfelder des Gesundheitstourismus
  - 2.3 Zur Qualität von Wellness- und gesundheitstouristischen Angeboten

3. Soziologische Aspekte des Tourismus
  - 3.1 Christaller (1963)
  - 3.2 Cohen (1972)
  - 3.3 Plog (1974)
  - 3.4 Noronha (1979)
4. Der Lebenszyklus von Destinationen
  - 4.1 Hintergrund: Der Produktlebenszyklus
  - 4.2 Butlers Tourism Area Life Cycle
  - 4.3 Anwendung, Fazit und Praxisbeispiele
5. Destinationsmanagement
  - 5.1 Definition des Destinationsbegriffs: Was sind Destinationen eigentlich genau?
  - 5.2 Destinationen als Wertekette und „virtuelles Unternehmen“
  - 5.3 Aufgaben des Destinationsmanagements in der Praxis
6. Spezielle Aspekte I: Die Pauschalreise im Wandel
  - 6.1 Die Pauschalreise im Rückblick
  - 6.2 Änderungen auf der Nachfrageseite
  - 6.3 Die Pauschalreise heute
7. Spezielle Aspekte II: Das Verhältnis von Reiseveranstaltern und Reisebüros
  - 7.1 Das Verhältnis von Reiseveranstaltern und Reisebüros
  - 7.2 Provisionen
  - 7.3 Die Marktmacht der Reisebüros
8. Spezielle Aspekte III: Die Wettbewerbssituation von Reisebüros
  - 8.1 Das Verhältnis von Reisebüros und Kunden
  - 8.2 Strukturelle Veränderungen
  - 8.3 Ausblick

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bieger, T. (2008): Management von Destinationen. 7. Auflage, München, Oldenbourg.
- Brunner-Sperdin, A. (2008): Erlebnisprodukte in Hotellerie und Tourismus. Erfolgreiche Inszenierung und Qualitätsmessung. ESV, Berlin.
- Dann, G. (2009): The Sociology of Tourism. European Origins and Development. Emerald, Bingley (UK).
- Doganis, R. (2006): The Airline Business. 2. Auflage, Routledge, New York.
- Freyer, W./Pompl, W. (Hrsg.) (2008): Reisebüro-Management. Gestaltung der Vertriebsstrukturen im Tourismus. 2. Auflage, Oldenbourg, München/Wien.
- Krczal, A./Krczal, E./Weiermair, K. (Hrsg.) (2011): Qualitätsmanagement in Wellnesseinrichtungen. Erfolgsorientierung durch Kundenorientierung und hohe Standards. ESV, Berlin.
- Pine, B. J./Gilmore, J. H. (1999): The Experience Economy. Work is Theatre Every Business a Stage. McGraw-Hill, London.
- Weiermair, K. et al. (Hrsg.) (2007): Unternehmertum im Tourismus. Führen mit Erneuerungen. 2. Auflage, ESV, Berlin.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Strategisches Servicemanagement

Modulcode: MWSM

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> keine	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 10	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Maren Weber (Servicemanagement I) / Prof. Dr. Maren Weber (Servicemanagement II)

## Kurse im Modul

- Servicemanagement I (MWSM01)
- Servicemanagement II (MWSM02)

## Art der Prüfung(en)

### Modulprüfung

### Teilmodulprüfung

#### Servicemanagement I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

#### Servicemanagement II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

## Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p><b>Lehrinhalt des Moduls</b></p> <p><b>Servicemanagement I</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dienstleistung und Kaufprozess</li> <li>▪ Segmentierung, Positionierung, Zielmarktauswahl</li> <li>▪ Das Dienstleistungsprodukt</li> <li>▪ Preisstrategie</li> <li>▪ Kommunikation und Distribution von Dienstleistungen</li> </ul> <p><b>Servicemanagement II</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dienstleistungsprozesse</li> <li>▪ Nachfrageschwankungen managen</li> <li>▪ Der Serviceshop und Servicepersonal</li> <li>▪ Das Servicepersonal</li> <li>▪ Kundenbindungs- und Beschwerdemanagementsysteme</li> <li>▪ Qualitätsmanagement</li> </ul>	
<p><b>Qualifikationsziele des Moduls</b></p> <p><b>Servicemanagement I</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ die inhaltlichen Grundlagen des Dienstleistungsmanagements aus überwiegend funktionaler und ressourcenorientierter Sicht erläutern.</li> <li>▪ ihr erlangtes methodisch-instrumentelles Wissen der Wertschöpfungskette von Dienstleistungen anzuwenden-</li> <li>▪ die grundsätzlichen Managementanforderungen für die Planung, Organisation, Steuerung und Kontrolle von Dienstleistungsbetrieben zu benennen.</li> <li>▪ erlernten Konzepte und Methoden auf praktische Geschäftsmodelle der Dienstleistungsindustrie zu übertragen und in der Praxis anzuwenden.</li> </ul> <p><b>Servicemanagement II</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dienstleistungsprozesse, sowie Serviceshops zu analysieren aber auch selbst zu entwerfen und kennen alle wesentlichen Aufgaben im Bereich Service Innovation.</li> <li>▪ Nachfrageschwankungen im Bereich des Dienstleistungssektors zu managen und die Kapazitätsauslastung zu optimieren unter Berücksichtigung der Mitarbeitermotivation.</li> <li>▪ die wichtigen Managementthemen wie Servicequalität, Kundenbindung und Beschwerdemanagement im Detail zu verstehen und in operative Maßnahmen umzusetzen.</li> </ul>	
<p><b>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</b></p> <p>Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft &amp; Management auf</p>	<p><b>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</b></p> <p>Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft &amp; Management</p>

# Servicemanagement I

Kurscode: MWSM01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Der Sektor Dienstleistungen dominiert die Wirtschaftsleistung aller entwickelten Volkswirtschaften. Allein in Deutschland werden über 70 % des Bruttoinlandsproduktes durch Dienstleistungen der Bereiche Handel, Kultur, Verkehr, Information, Banken, Versicherungen, Tourismus, Gesundheit, Bildung, Beratung, industrielle Dienstleistungen und freie Berufe erwirtschaftet. Schwerpunkt dieses ersten Teils des Moduls sind die Grundlagen für das Verständnis von Services vor allem aus funktionaler Sicht. Die zentralen Fragen, die in diesem Kurs behandelt werden, sind: Was unterscheidet einen Service von einem Produktionsgut? Was sind die grundlegenden Komponenten und Methoden des Servicemanagements? Wie wende ich sie an? Die Studenten setzen sich dabei besonders mit den spezifischen Merkmalen des Kauf- und Nutzungsverhaltens auf Dienstleistungsmärkten einerseits und mit den spezifischen Merkmalen des Dienstleistungsbereitstellungsprozesses andererseits auseinander. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das grundlegende Verständnis, um bestehende Servicekonzepte in der Dienstleistungsbranche aus Managementsicht zu analysieren und zu bewerten und neue Konzepte zu entwickeln.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die inhaltlichen Grundlagen des Dienstleistungsmanagements aus überwiegend funktionaler und ressourcenorientierter Sicht erläutern.
- ihr erlangtes methodisch-instrumentelles Wissen der Wertschöpfungskette von Dienstleistungen anzuwenden-
- die grundsätzlichen Managementanforderungen für die Planung, Organisation, Steuerung und Kontrolle von Dienstleistungsbetrieben zu benennen.
- erlernten Konzepte und Methoden auf praktische Geschäftsmodelle der Dienstleistungsindustrie zu übertragen und in der Praxis anzuwenden.

## Kursinhalt

1. Was ist Dienstleistung?
  - 1.1 Was sind Dienstleistungen und warum wächst der Dienstleistungssektor?
  - 1.2 Welche Dienstleistungssektoren gibt es?
  - 1.3 Wie unterscheiden sich Dienstleistungen von Gütern?
  - 1.4 Der Marketing-Mix der Dienstleistungen

2. Was beinhaltet der Kaufprozess?
  - 2.1 Das 3-Phasen-Modell
  - 2.2 Die Spezialisierungsphase
  - 2.3 Die Realisierungs- und Nutzungsphase
3. Segmentierung, Positionierung, Zielmarktauswahl
  - 3.1 Segmentierung, Positionierung, Zielmarktauswahl – der Prozess
  - 3.2 Segmentierung
  - 3.3 Positionierung
  - 3.4 Zielmarktauswahl
4. Das Dienstleistungsprodukt
  - 4.1 Das Dienstleistungsprodukt
  - 4.2 Branding/Marken/Markenstrategie
  - 4.3 Marken-Dynamik-Pyramide
5. Preisstrategie
  - 5.1 Preisfindungsstrategien
  - 5.2 Yield Management
6. Kommunikation von Dienstleistungen
  - 6.1 Marketingkommunikation von Dienstleistungen
  - 6.2 Marketingkommunikationsplanung
  - 6.3 Maßnahmen
  - 6.4 Werbung im Online-Dienstleistungsbereich
7. Distribution von Dienstleistungen
  - 7.1 Distributionsoptionen und Distributionskanäle

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bruhn, M. (2008): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. 7. Auflage, Springer, Berlin.
- Haller, S. (2010): Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Maglio, P. P./Kieliszewski C. A./Spohrer A. (Hrsg.) (2010): Handbook of Service Science. Springer, Berlin.
- Maleri R./Frieztzsche U. (2008): Grundlagen der Dienstleistungsproduktion. 5. Auflage, Springer, Berlin.
- Meffert, H./Bruhn, M. (2009): Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

# Servicemanagement II

Kurscode: MWSM02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

## Beschreibung des Kurses

Schwerpunkt des zweiten Teils des Moduls ist die Service Innovation. Während in dem Vorkurs die Grundlagen für das Verständnis von Services vor allem aus funktionaler Sicht gelegt worden sind, integriert der Fortsetzungskurs diese Grundlagen zum Servicesystem. Schwerpunkt ist daher die Betrachtung kompletter Servicesysteme und vor allem deren kontinuierliche und zielgerichtete Erschaffung und Erneuerung. Unter einem Servicesystem verstehen wir in diesem Kurs dynamische Konfigurationen von Mensch, Technologie, Organisation und Information mit dem Ziel, für Kunden und Dienstleister und andere Stakeholder Mehrwerte zu schaffen und diese zum Konsum oder zur industriellen Nutzung zur Verfügung zu stellen. Während Innovation traditionell stärker mit Technologie in Verbindung gebracht wurde, wird Innovation in Bezug auf Servicesysteme in der Zukunft eine immer größere Rolle spielen. Die Studierenden lernen in diesem Kurs, Services aus einer Systemperspektive zu betrachten und Prozesse zu analysieren. Dabei erarbeiten Sie die grundlegenden Komponenten und Strukturen von Servicesystemen und erfahren, wie diese vernetzt werden können. Sie lernen wie man Nachfrageschwankungen in einem dynamischen Serviceumfeld managt, wie man mit Beschwerden umgeht und welche Qualitätsmanagementmaßnahmen im Dienstleistungsbereich eingesetzt werden. Darüber hinaus werden operative Themen wie das Personalmanagement und die Gestaltung des Serviceshops diskutiert, alles immer im Zusammenhang mit Service als System.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Dienstleistungsprozesse, sowie Serviceshops zu analysieren aber auch selbst zu entwerfen und kennen alle wesentlichen Aufgaben im Bereich Service Innovation.
- Nachfrageschwankungen im Bereich des Dienstleistungssektors zu managen und die Kapazitätsauslastung zu optimieren unter Berücksichtigung der Mitarbeitermotivation.
- die wichtigen Managementthemen wie Servicequalität, Kundenbindung und Beschwerdemanagement im Detail zu verstehen und in operative Maßnahmen umzusetzen.

## Kursinhalt

1. Dienstleistungsprozesse
  - 1.1 Flowcharting
  - 1.2 Blaupausen / Blueprints
  - 1.3 Serviceorientierte Architektur (SOA)

2. Nachfrageschwankungen managen
  - 2.1 Nachfrageschwankungen und Profitabilität
  - 2.2 Reservierungssysteme
3. Der Serviceshop
  - 3.1 Die Serviceumgebung
  - 3.2 Stimulus-Organismus-Reaktionsmodell (SOR)
  - 3.3 Effekte der Umgebungsgestaltung
  - 3.4 Die Servicefabrik
4. Das Servicepersonal
  - 4.1 Die richtigen Mitarbeiter einstellen
  - 4.2 Mitarbeiter fordern und fördern
  - 4.3 Ziele setzen und Mitarbeiter motivieren
  - 4.4 Organisation und Unternehmenskultur
5. Kundenbindungs- und Beschwerdemanagementsysteme
  - 5.1 Warum ist Kundenloyalität so wichtig?
  - 5.2 Die Loyalitätsleiter
  - 5.3 Customer Relationship Management (CRM)
  - 5.4 Strategisches Kundenmanagement
  - 5.5 Kundenbeschwerden
  - 5.6 Wie sieht ein Beschwerdemanagement aus?
6. Qualitätsmanagement
  - 6.1 Qualitätsmanagement
  - 6.2 Maßnahmen zur Qualitätssicherung
  - 6.3 Qualität im Dienstleistungsbereich
  - 6.4 Messung von Dienstleistungsqualität durch SERVQUAL
7. Service
  - 7.1 Die Service Profit Chain
  - 7.2 Service Science
  - 7.3 Führende Serviceorganisation

**Literatur****Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bruhn, M. (2008): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. 7. Auflage, Springer, Berlin.
- Chesbrough, H. (2011): Open Services Innovation. Rethinking Your Business to Grow and Compete in a New Era. Wiley, Hoboken (NJ).
- Geissbauer, R. et al. (2012): Serviceinnovation. Potenziale industrieller Dienstleistungen erkennen und erfolgreich implementieren. Springer, Berlin/Heidelberg.
- IBM/IfM (Hrsg.) (2007): Succeeding through Service Innovation. Developing a Service Perspective on Economic Growth and Prosperity. University of Cambridge, Cambridge (UK).
- Maglio, P. P./Kieliszewski C. A./Spohrer, J. C. (Hrsg.) (2010): Handbook of Service Science. Springer, Berlin.
- Scheidweiler, I./Musmacher, M. (2010): Innovationen im Service. Wie Sie Trends erkennen und im Unternehmen wirtschaftlich umsetzen. Gabler, Wiesbaden.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Ja <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90 Minuten

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

<b>Lehrmethoden</b>	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed





# 4. Semester

---



## Masterarbeit

Modulcode: MMTH

<b>Modultyp</b> s. Curriculum	<b>Zugangsvoraussetzungen</b> Gemäß Studien- und Prüfungsordnung	<b>Niveau</b> MA	<b>ECTS</b> 30	<b>Zeitaufwand Studierende</b> 900 h
----------------------------------	---	---------------------	-------------------	---

<b>Semester</b> s. Curriculum	<b>Dauer</b> Minimaldauer: 1 Semester	<b>Regulär angeboten im</b> WiSe/SoSe	<b>Unterrichtssprache</b> Deutsch
----------------------------------	---	--	--------------------------------------

### Modulverantwortliche(r)

Studiengangsleiter (SGL) (Masterarbeit) / Studiengangsleiter (SGL) (Kolloquium)

### Kurse im Modul

- Masterarbeit (MMTH01)
- Kolloquium (MMTH02)

### Art der Prüfung(en)

#### Modulprüfung

#### Teilmodulprüfung

##### Masterarbeit

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit

##### Kolloquium

- Studienformat "Fernstudium": Kolloquium

### Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

**Lehrinhalt des Moduls****Masterarbeit**

- Masterarbeit

**Kolloquium**

- Kolloquium zur Masterarbeit

**Qualifikationsziele des Moduls****Masterarbeit**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Masterarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen.

**Kolloquium**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Masterarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen von Fachexperten (Gutachter der Masterarbeit) aktiv zu beantworten.

**Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang**

Alle Module im Masterprogramm

**Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH**

Alle Masterprogramme im Fernstudium

# Masterarbeit

Kurscode: MMTH01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		27	keine

## Beschreibung des Kurses

Ziel und Zweck der Masterarbeit ist es, die im Verlauf des Studiums erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen in Form einer akademischen Abschlussarbeit mit thematischem Bezug zum Studienschwerpunkt erfolgreich anzuwenden. Inhalt der Masterarbeit kann eine praktisch-empirische oder aber theoretisch-wissenschaftliche Problemstellung sein. Studierende sollen unter Beweis stellen, dass sie eigenständig unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers eine ausgewählte Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden analysieren, kritisch bewerten und Lösungsvorschläge erarbeiten können. Das von dem Studierenden zu wählende Thema aus dem jeweiligen Studienschwerpunkt soll nicht nur die erworbenen wissenschaftlichen Kompetenzen unter Beweis stellen, sondern auch das akademische Wissen des Studierenden vertiefen und abrunden, um seine Berufsfähigkeiten und -fertigkeiten optimal auf die Bedürfnisse des zukünftigen Tätigkeitsfeldes auszurichten.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Masterarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen.

## Kursinhalt

- Im Rahmen der Masterarbeit muss die Problemstellung sowie das wissenschaftliche Untersuchungsziel klar herausgestellt werden. Die Arbeit muss über eine angemessene Literaturanalyse den aktuellen Wissensstand des zu untersuchenden Themas widerspiegeln. Der Studierende muss seine Fähigkeit unter Beweis stellen, das erarbeitete Wissen in Form einer eigenständigen und problemlösungsorientierten Anwendung theoretisch und/oder empirisch zu verwerten.

<b>Literatur</b>
<b>Pflichtliteratur</b>
<b>Weiterführende Literatur</b>

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Thesis-Kurs
-----------------------------------	-------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>Tutorium</b>	<b>Selbstüberprüfung</b>	<b>Praxisanteil</b>	<b>Gesamt</b>
810 h	0 h	0 h	0 h	0 h	810 h

<b>Lehrmethoden</b>
Die Studierenden schreiben ihre Masterarbeit eigenständig unter der methodischen und wissenschaftlicher Anleitung eines akademischen Betreuers.

# Kolloquium

Kurscode: MMTH02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		3	keine

## Beschreibung des Kurses

Das Kolloquium wird nach Einreichung der Masterarbeit durchgeführt. Es erfolgt auf Einladung der Gutachter. Im Rahmen des Kolloquiums müssen die Studierenden unter Beweis stellen, dass sie den Inhalt und die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit in vollem Umfang eigenständig erbracht haben. Inhalt des Kolloquiums ist eine Präsentation der wichtigsten Arbeitsinhalte und Untersuchungsergebnisse durch den Studierenden, und die Beantwortung von Fragen der Gutachter.

## Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Masterarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen von Fachexperten (Gutachter der Masterarbeit) aktiv zu beantworten.

## Kursinhalt

- Das Kolloquium umfasst eine Präsentation der wichtigsten Ergebnisse der Masterarbeit, gefolgt von der Beantwortung von Fachfragen der Gutachter durch den Studierenden.

## Literatur

### Pflichtliteratur

### Weiterführende Literatur

- Renz, K.-C. (2016): Das 1 x 1 der Präsentation. Für Schule, Studium und Beruf. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

**Studienformat Fernstudium**

<b>Studienform</b> Fernstudium	<b>Kursart</b> Thesis-Kurs
-----------------------------------	-------------------------------

<b>Informationen zur Prüfung</b>	
<b>Prüfungszulassungsvoraussetzungen</b>	<b>BOLK:</b> Nein <b>Evaluation:</b> Nein
<b>Prüfungsleistung</b>	Kolloquium

<b>Zeitaufwand Studierende</b>					
<b>Selbststudium</b> 90 h	<b>Präsenzstudium</b> 0 h	<b>Tutorium</b> 0 h	<b>Selbstüberprüfung</b> 0 h	<b>Praxisanteil</b> 0 h	<b>Gesamt</b> 90 h

<b>Lehrmethoden</b>
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung.