

MODULHANDBUCH

Business Consultant (IU)

Weiterbildung Business Consultant (UPS-DPBCO)

n/a ECTS

Fernstudium

Klassifizierung: Diploma

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

Modul BBWL-01: Betriebswirtschaftslehre

Modulbeschreibung	7
Kurs BBWL01-01: BWL I	10
Kurs BBWL02-01: BWL II	14

Modul BDMG-01: Dienstleistungsmanagement

Modulbeschreibung	19
Kurs BDMG01-01: Dienstleistungsmanagement	21

Modul BWCN1: Business Consulting I

Modulbeschreibung	27
Kurs BWCN01: Business Consulting I	29

Modul BWCN2: Business Consulting II

Modulbeschreibung	33
Kurs BWCN02: Business Consulting II	35

1. Semester

Betriebswirtschaftslehre

Modulcode: BBWL-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine ▪ keine 	BA	n/a	150 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michael Broens (BWL I) / Prof. Dr. Michael Broens (BWL II)

Kurse im Modul

- BWL I (BBWL01-01)
- BWL II (BBWL02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

BWL I

- Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten
- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten

BWL II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten
- Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**BWL I**

- Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre
- Wandel der Anforderungen an Unternehmen
- Systembeziehungen eines Unternehmens
- Wirtschaften als Erkenntnisgegenstand der BWL (ökonomisches Prinzip, Wirtschaftlichkeit, Produktivität, Renditen etc.)
- Unternehmerisches Handeln (Ziele von Unternehmen, Entscheidungsprozess)
- Konstitutive Entscheidungen (Standortwahl und Rechtsformwahl)
- Grundbegriffe der Organisation und organisatorische Ansätze

BWL II

- Wertschöpfungsprozess
- Betriebswirtschaftliche Funktionsbereiche:
 - Beschaffung (Strategische und operative Beschaffung)
 - Produktion (Produktionsfaktoren und Produktionsverfahren)
 - Absatz (Absatz- und Marktbearbeitungsstrategien, Marketing-Instrumente)
- Personalmanagement und -führung (Führungsstile, Management-by-Modelle)

Qualifikationsziele des Moduls

BWL I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die betriebswirtschaftlichen sowie wirtschaftswissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen anzuwenden.
- Wirtschaftssubjekte erläutern zu können sowie Modelle der Betriebswirtschaftslehre zu hinterfragen.
- ein Dilemma zwischen begrenzten Gütern und unendlichen Bedürfnissen zu erkennen sowie die Anwendung von ökonomischen Prinzipien zu reflektieren.
- Unternehmensziele zu klassifizieren und zu formulieren.
- einen allgemeinen unternehmerischen Entscheidungsprozess zu beschreiben und anzuwenden.
- konstitutive Entscheidungen wie die Standortwahl und Rechtsformwahl von Betrieben zu verstehen und zu hinterfragen.
- Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen zu erkennen und zu gestalten.

BWL II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess zu skizzieren und Verknüpfungen innerhalb der Wertschöpfungskette zu erkennen.
- kernorientierte, unterstützende und führungsbezogene Prozesse zu beurteilen.
- Beschaffungsaufgaben zu unterscheiden sowie die optimale Bestellmenge zu bestimmen.
- Fertigungstypen und -verfahren zu unterscheiden und nach Nutzungserfordernis zu beurteilen.
- Marketing-Instrumente anzuwenden und deren Einsatzerfolg zu beurteilen.
- Aufgaben und Ziele des Personalmanagements und der Personalführung zu analysieren und zu planen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

BWL I

Kurscode: BBWL01-01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		n/a	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs BWL I setzt sich mit den Grundlagen und Grundbegriffen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre auseinander. Er vermittelt den Studierenden einen Überblick über die unterschiedlichen Funktionsbereiche eines Betriebs und schafft damit ein Grundverständnis zu den grundsätzlichen Fragen des Wirtschaftens in Unternehmen. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das Basiswissen, um darauf aufbauend das betriebswirtschaftliche Spezialwissen im weiteren Verlauf des Studiums zu erwerben.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die betriebswirtschaftlichen sowie wirtschaftswissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen anzuwenden.
- Wirtschaftssubjekte erläutern zu können sowie Modelle der Betriebswirtschaftslehre zu hinterfragen.
- ein Dilemma zwischen begrenzten Gütern und unendlichen Bedürfnissen zu erkennen sowie die Anwendung von ökonomischen Prinzipien zu reflektieren.
- Unternehmensziele zu klassifizieren und zu formulieren.
- einen allgemeinen unternehmerischen Entscheidungsprozess zu beschreiben und anzuwenden.
- konstitutive Entscheidungen wie die Standortwahl und Rechtsformwahl von Betrieben zu verstehen und zu hinterfragen.
- Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen zu erkennen und zu gestalten.

Kursinhalt

1. Grundelemente der BWL
 - 1.1 Definition BWL
 - 1.2 Sektoren der Wirtschaft
 - 1.3 Wandel der Anforderungen an Unternehmen
 - 1.4 Systembeziehungen eines Unternehmens
2. Wirtschaften als Erkenntnisgegenstand der BWL
 - 2.1 Der Mensch als Wirtschaftssubjekt
 - 2.2 Bedürfnisse, Bedarf, Nachfrage
 - 2.3 Prinzipien und Ziele wirtschaftlichen Handelns

3. Unternehmerisches Handeln
 - 3.1 Unternehmensziele
 - 3.2 Entscheidungsprozess
4. Konstitutive Entscheidungen
 - 4.1 Standort
 - 4.2 Rechtsformen am Beispiel Deutschlands
5. Organisation
 - 5.1 Begriffsdefinitionen und organisatorische Elemente
 - 5.2 Organisatorische Strukturmodelle

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Allbach, H. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Einführung. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Balderjahn, I./Specht, G. (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Schierenbeck, H./Wöhle, C. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 19. Auflage, Oldenbourg, München.
- Staehle, W.H./Conrad, P./Sydow, J. (2018): Management. Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive. 9. Auflage, Vahlen, München.
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K. (2016): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. 8. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K./Hachmeister, D./ Jarchow, S./ Kaiser, G. (2017): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Arbeitsbuch. 8. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Wöhe, G./Döring, U. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Auflage, Vahlen, München.
- Wöhe, G./ Döring, U./Brösel, G. (2016): Übungsbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. 15. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden	
<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 checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 54 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 18 h	Selbstüberprüfung 18 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 90 h

Lehrmethoden	
<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 checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed

BWL II

Kurscode: BBWL02-01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		n/a	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs BWL II baut auf den mit dem Kurs BWL I gesetzten Grundlagen und Grundbegriffen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre auf. Er vermittelt den Studierenden einen vertiefenden Einblick in den güterwirtschaftlichen Leistungsprozess, wobei Aspekte der betriebswirtschaftlichen Teilfunktionen Beschaffung, Produktion, Absatz sowie Personalmanagement und -führung behandelt werden. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das Detailwissen, um darauf aufbauend Kurse zu betriebswirtschaftlichen Spezialfragen sowie Funktions- und Branchenvertiefungen zu studieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess zu skizzieren und Verknüpfungen innerhalb der Wertschöpfungskette zu erkennen.
- kernorientierte, unterstützende und führungsbezogene Prozesse zu beurteilen.
- Beschaffungsaufgaben zu unterscheiden sowie die optimale Bestellmenge zu bestimmen.
- Fertigungstypen und -verfahren zu unterscheiden und nach Nutzungserfordernis zu beurteilen.
- Marketing-Instrumente anzuwenden und deren Einsatzerfolg zu beurteilen.
- Aufgaben und Ziele des Personalmanagements und der Personalführung zu analysieren und zu planen.

Kursinhalt

1. Der betriebliche Wertschöpfungsprozess
 - 1.1 Betriebliche Prozesse und Wertschöpfung
 - 1.2 Wertschöpfungskette
2. Beschaffung
 - 2.1 Operative Beschaffung
 - 2.2 Strategische Beschaffung
 - 2.3 Lagerhaltung
3. Produktion
 - 3.1 Grundlagen der Produktionswirtschaft
 - 3.2 Produktionsverfahren und Kundenintegration

4. Absatz
 - 4.1 Absatz- und Marktbearbeitungsstrategien
 - 4.2 Marketinginstrumente
5. Personalmanagement und -führung
 - 5.1 Personalmanagement
 - 5.2 Personalführung und Motivation
 - 5.3 Wissensmanagement

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Allbach, H. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Einführung. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Balderjahn, I./Specht, G. (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Hutzschenreuter, T. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Schierenbeck, H./Wöhle, C. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 19. Auflage, Oldenbourg, München.
- Schmalen, H./Pechtl, H. (2013): Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft. 15. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Staehle, W.H./Conrad, P./Sydow, J. (2018): Management. Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive. 9. Auflage, Vahlen, München.
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Thommen, J-P./Achleitner, A.-K./Hachmeister, D./ Jarchow, S./ Kaiser, G. (2017): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Arbeitsbuch. 8. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Wöhe, G./Döring, U. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Auflage, Vahlen, München.
- Wöhe, G./ Döring, U./Brösel, G. (2016): Übungsbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. 15. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden	
<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

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden	
<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

BBWL02-01

Dienstleistungsmanagement

Modulcode: BDMG-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	n/a	150 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Maren Weber (Dienstleistungsmanagement)

Kurse im Modul

- Dienstleistungsmanagement (BDMG01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium
Klausur oder Workbook

Studienformat: Fernstudium
Klausur oder Workbook

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Dienstleistungsmanagements
- Käuferverhalten und Kundenbindung
- Strategische Aspekte des Dienstleistungsmanagements
- Operative Aspekte des Dienstleistungsmanagements

Qualifikationsziele des Moduls**Dienstleistungsmanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die volkswirtschaftliche Relevanz des Dienstleistungssektors sowie seine Entwicklungsdynamik zu diskutieren und zu analysieren.
- Konzepte zum Verständnis des Kaufverhaltens, der Kundenzufriedenheit und -bindung von Dienstleistungskunden vorzustellen.
- Dienstleistungen anhand von Segmentierung, Targeting und Positionierung zu verstehen.
- die Komponenten der klassischen Marketing Mix anhand von Beispielen anzuwenden.
- die Schnittstelle zwischen Kunden und Dienstleistungsunternehmen anhand von Serviceort, -prozessen und Mitarbeitern zu beurteilen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Dienstleistungsmanagement

Kurscode: BDMG01-01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		n/a	keine

Beschreibung des Kurses

Im Mittelpunkt des Kurses steht die Relevanz von Dienstleistungen in den heutigen Märkten und deren besondere Anforderungen an das Management. Studierende eignen sich das Basiswissen zum Verständnis unterschiedlicher Dienstleistungsprodukte an. Sie setzen sich mit den spezifischen Merkmalen des Kaufverhaltens und den Themen der Kundenzufriedenheit und des Beschwerdemanagements auseinander. Strategische und operative Aspekte des Dienstleistungsmanagements werden dabei vertiefend analysiert und anhand von Beispielen praxisnah erklärt. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das Verständnis, um Servicekonzepte bzw. Geschäftsmodelle in der Dienstleistungsindustrie grundlegend zu analysieren, zu bewerten und anzuwenden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die volkswirtschaftliche Relevanz des Dienstleistungssektors sowie seine Entwicklungsdynamik zu diskutieren und zu analysieren.
- Konzepte zum Verständnis des Kaufverhaltens, der Kundenzufriedenheit und -bindung von Dienstleistungskunden vorzustellen.
- Dienstleistungen anhand von Segmentierung, Targeting und Positionierung zu verstehen.
- die Komponenten der klassischen Marketing Mix anhand von Beispielen anzuwenden.
- die Schnittstelle zwischen Kunden und Dienstleistungsunternehmen anhand von Serviceort, -prozessen und Mitarbeitern zu beurteilen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Dienstleistungsmanagements
 - 1.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung und Bedeutung von Dienstleistungen
 - 1.2 Charakteristika der Dienstleistungen
 - 1.3 Dienstleistungsklassifikationen und -typologien
2. Käuferverhalten
 - 2.1 Kaufentscheidungsprozess
 - 2.2 Kundenloyalität
 - 2.3 Beschwerdemanagement

3. Positionierung von Dienstleistungen
 - 3.1 Segmentierung
 - 3.2 Targeting
 - 3.3 Positionierung
4. Dienstleistungsprodukte
 - 4.1 Dienstleistungsprodukt
 - 4.2 Markenstrategien
5. Preisfindung bei Dienstleistungen
 - 5.1 Preisstrategien
 - 5.2 Preisdifferenzierungen
 - 5.3 Revenue Management
6. Kommunikation
 - 6.1 Kommunikationsstrategien
 - 6.2 Kommunikationskanäle
7. Distribution
 - 7.1 Rolle der Intermediäre
 - 7.2 Distributionskanäle
 - 7.3 Multi Kanal Distribution und die Herausforderungen
8. Physische Serviceumgebung und -ausstattung
 - 8.1 Gestaltung der Serviceumgebung und Auswirkungen auf das Kundenverhalten
 - 8.2 Dimensionen der Serviceumgebung
9. Dienstleistungsprozesse
 - 9.1 Kapazitätsmanagement
 - 9.2 Qualitätsmanagement
10. Mitarbeiter
 - 10.1 Mitarbeitermanagement
 - 10.2 Servicekultur

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

- Bruhn, M. (2008): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Grundlagen, Konzepte, Methoden. 7. Auflage, Springer, Berlin. ISBN-13: 978-3540768685.
- Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.) (2017): Dienstleistungen 4.0. Konzepte – Methoden – Instrumente. Band 1. Forum Dienstleistungsmanagement. Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658175494.
- Corsten, H./Gössinger, R. (2015): Dienstleistungsmanagement. 6. Auflage, De Gruyter Oldenbourg. ISBN-13: 978-3486720686.
- Ellis, A./Kaufenstein, M. (2012): Dienstleistungsmanagement. Erfolgreicher Einsatz von prozessorientiertem Service Level Management. Springer, Berlin. ISBN-13: 978-3642620607.
- Fließ, S. (2009): Dienstleistungsmanagement. Kundenintegration gestalten und steuern. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834900241.
- Gouthier, M. et al. (Hrsg.) (2007): Service Excellence als Impulsgeber. Strategien – Management – Innovationen – Branchen. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834906885.
- Haller, S. (2015): Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658052041.
- Kotler, Ph./ Keller, K.L. (2017): Marketing-Management. Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien. 15. Edition, Pearson ISBN-13: 978-3868942798.
- Meffert, H./Bruhn, M. (2009): Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834910127.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur oder Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
<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

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
<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

BDMG01-01

Business Consulting I

Modulcode: BWCN1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	ECTS n/a	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	--------------------	---

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michael Broens (Business Consulting I)

Kurse im Modul

- Business Consulting I (BWCN01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Formen und Funktionen der Unternehmensberatung
- Der Markt für Unternehmensberatung
- Geschichte, Pioniere und Konzepte
- Beratungsfelder

Qualifikationsziele des Moduls**Business Consulting I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Definitionen von Unternehmensberatung zu verstehen.
- die Aufgaben und Herangehensweisen von Unternehmensberatern zu erklären.
- die Merkmale von Unternehmensberatungen zu nennen.
- die Unternehmensberatung als hochspezialisierte Dienstleistung zu erklären.
- die Besonderheiten im Berater-Klienten-Verhältnis zu benennen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Business Consulting I

Kurscode: BWCN01

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		n/a	keine

Beschreibung des Kurses

Die Unternehmensberatung ist eine professionelle Dienstleistung, deren gesamtwirtschaftliche Bedeutung zunehmend ansteigt. Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftragsgebende Unternehmen an. Dies setzt die Fähigkeit voraus, spezifische Unternehmens- und Marktsituationen mithilfe moderner Managementkonzepte analysieren und bewerten zu können. Auf Basis ihrer Analysen sprechen Unternehmensberater Empfehlungen zur Optimierung von Unternehmensstrategien, -strukturen und -prozessen aus und begleiten diese – soweit gewünscht – in der Implementierung und Umsetzung. Um die verschiedenen Funktionen und Aufgaben der Unternehmensberatung erfolgreich zu erfüllen, benötigen Unternehmensberater ein differenziertes Profil aus fachlich-methodischen und persönlich-sozialen Kompetenzen. Im Mittelpunkt fachlicher Kompetenzen stehen die Grund- und Spezialkenntnisse in der Beratung und der Betriebswirtschaftslehre. Sie umfassen u. a. analytische Kompetenzen zum Verständnis von Unternehmens- und Marktsituationen sowie die Fähigkeit zur Planung, Implementierung und Kontrolle von Beratungsprojekten. Die Entwicklung persönlicher und sozialer Kompetenzen zielt auf die Klienten-Zentrierung der Studierenden i. S. der Fähigkeit, sich auf die individuellen Beratungsbedürfnisse von Klienten einstellen zu können.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Definitionen von Unternehmensberatung zu verstehen.
- die Aufgaben und Herangehensweisen von Unternehmensberatern zu erklären.
- die Merkmale von Unternehmensberatungen zu nennen.
- die Unternehmensberatung als hochspezialisierte Dienstleistung zu erklären.
- die Besonderheiten im Berater-Klienten-Verhältnis zu benennen.

Kursinhalt

1. Einführung in die Unternehmensberatung
 - 1.1 Business Consulting – Management Consulting – Unternehmensberatung
 - 1.2 Unternehmensberatung als Gegenstand der Wissenschaft
2. Formen und Funktionen der Unternehmensberatung
 - 2.1 Erscheinungsformen der Unternehmensberatung
 - 2.2 Funktionen der Unternehmensberatung
 - 2.3 Inhouse Consulting

3. Der Markt für Unternehmensberatung
 - 3.1 Daten, Strukturen und Trends
 - 3.2 Beratungsunternehmen in Deutschland
4. Geschichte, Pioniere und Konzepte
 - 4.1 Geschichte der Unternehmensberatung
 - 4.2 Konzepte der Unternehmensberatung
5. Beratungsfelder
 - 5.1 Strategieberatung
 - 5.2 Organisations- und Transformationsberatung
 - 5.3 IT-Beratung
 - 5.4 Personalberatung/HR-Beratung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Blanke, E./Uhlhorn, F. (2011): Wie ist Beratung möglich? Vom Dirigieren der Selbstbeobachtung. Carl-Auer Verlag, Heidelberg.
- Bund Deutscher Unternehmensberater (BDU) (Hrsg.) (2009): Facts and Figures zum Beratermarkt. Bonn.
- FEACO (Hrsg.) (2009): Survey of the European Management Consultancy Market 2007/08. (URL: <http://www.feaco.org/sites/default/files/Feaco%20Survey%202007-2008.pdf>. [letzter Zugriff: 14.02.2017]).
- Fink, D. (2004): Management Consulting. Die Ansätze der großen Unternehmensberater. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Fink, D./Knoblach, B. (2003): Die großen Management Consultants. Ihre Geschichte, ihre Konzepte, ihre Strategien. Vahlen, München.
- Höselbarth, F./Lay, R./Lopez de Arriortua, J. I. (Hrsg.) (2000): Die Berater. Einstieg, Aufstieg, Wechsel. FAZ-Institut, Frankfurt a. M.
- 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. (2012): Das Beratungsunternehmen. Gründung, Aufbau und Strategie, Führung, Nachfolge. Oldenbourg, München.
- Walger, G. (Hrsg.) (1995): Formen der Unternehmensberatung. Systemische Unternehmensberatung, Organisationsentwicklung, Expertenberatung und gutachterliche Beratungstätigkeit in Theorie und Praxis. Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<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

BWCN01

Business Consulting II

Modulcode: BWCN2

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	ECTS n/a	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	--------------------	---

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michael Broens (Business Consulting II)

Kurse im Modul

- Business Consulting II (BWCN02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
- Das Management der Unternehmensberatung
- Vermarktung von Beratungsdienstleistungen
- Beraterhaftung, Vertragsgestaltung und Berufsrecht
- Das Beratungsprojekt

Qualifikationsziele des Moduls**Business Consulting II**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die speziellen Rahmenbedingungen von Beratungsunternehmen zu erklären.
- die Herangehensweisen im Marketing für Beratungsdienstleistungen zu benennen.
- die strategische und operative Ausrichtung von Beratungsunternehmen zu erläutern.
- die Herausforderungen des Personalmanagements in Beratungsunternehmen zu verstehen.
- die operativen Phasen des Beratungsprozesses zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Business Consulting II

Kurscode: BWCN02

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		n/a	keine

Beschreibung des Kurses

Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftrag-gebende Unternehmen an. Gegenstand der Unternehmensberatung ist demnach die Akquisition, Planung und Durchführung von Unternehmensberatungsprojekten. Der Inhalt dieser Beratungsprojekte ist vielfältig und kann je nach Aufgabenstellung Aspekte der strategischen Unternehmensführung, Herausforderungen im Bereich der Finanzierung und Kostensenkung, die Einführung neuer Technologien, Arbeitsmethoden und Systeme, interne Kommunikation, Umstrukturierungen, Fusionen/Übernahmen oder Auslagerungen von Unternehmen bzw. einzelner Unternehmensbereiche umfassen. Beratungsprojekte und Beratungsprozesse sind durch wiederkehrende Elemente gekennzeichnet, deren Verständnis und Anwendung den Erfolg einer Beratungsleistung maßgeblich beeinflusst. Die Kompetenz und Qualität von Auftragsakquisition und Projektmanagement wird durch das Management der Beratungsunternehmung selbst bestimmt. Je nach Beratungsphilosophie, Beratungskonzept, Beratungsorganisation und Leistungsvermarktung stellt sich in Berater-Klienten-Beziehungen Erfolg oder Misserfolg ein. Eine Teilnahme am Kurs setzt den erfolgreichen Abschluss des Kurses Business Consulting I voraus.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die speziellen Rahmenbedingungen von Beratungsunternehmen zu erklären.
- die Herangehensweisen im Marketing für Beratungsdienstleistungen zu benennen.
- die strategische und operative Ausrichtung von Beratungsunternehmen zu erläutern.
- die Herausforderungen des Personalmanagements in Beratungsunternehmen zu verstehen.
- die operativen Phasen des Beratungsprozesses zu erläutern.

Kursinhalt

1. Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
 - 1.1 Die Unternehmensberatung als Professional Service Firm
 - 1.2 Das Wertschöpfungsmodell der Unternehmensberatung
 - 1.3 Das Marktumfeld der Beratungsfirma
2. Das Management der Unternehmensberatung
 - 2.1 Handlungs- und Entscheidungsfelder für das Management der Unternehmensberatung
 - 2.2 Normative und strategische Handlungs- und Entscheidungsfelder
 - 2.3 Personal- und HR-Management im Beratungsunternehmen

3. Vermarktung von Beratungsdienstleistungen
 - 3.1 Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
 - 3.2 Strategisches Beratungs-Marketing
 - 3.3 Operatives Dienstleistungsmarketing von Unternehmensberatungen
 - 3.4 Beziehungsmarketing von Beratungsunternehmen
4. Beraterhaftung, Vertragsgestaltung und Berufsrecht
 - 4.1 Beraterhaftung
 - 4.2 Vertragsgestaltung
 - 4.3 Rechtsfragen der Berufsausübung
5. Das Beratungsprojekt
 - 5.1 Voraussetzungen
 - 5.2 Einstellungen und Techniken
 - 5.3 Beratungsphase

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Block, P. (1999): Erfolgreiches Consulting. Das Berater Handbuch. Heyne, München.
- Kapfer-Gördes, V. (2008): Wissensmanagement in der Unternehmensberatung. Einführung von Wissensmanagement für Unternehmensberatungen und Projektgeschäfte. VDM, Saarbrücken.
- Lindemann, V. (2004): Positionierung. Marketing in der Beratung. Wie sich Top-Consultants positionieren und profilieren. Finanzbuch Verlag, München.
- Mieth, C. (2000): Leistung und Vermarktung unterschiedlicher Formen der Unternehmensberatung. Gabler, Wiesbaden.
- Niedereichholz, C. (2010): Unternehmensberatung, Band 1. Beratungsmarketing und Auftragsakquisition. 5. Auflage, Oldenbourg, München.
- Niedereichholz, C. (2012): Unternehmensberatung, Band 2. Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung. 6. Auflage, Oldenbourg, München.
- Niedereichholz, C./Niedereichholz, J. (2008): Consulting Wissen. Oldenbourg, München.
- Schwan, K./Seipel, K. G. (1999): Erfolgreich Beraten. Grundlagen der Unternehmensberatung. C.H.Beck, München.
- Sommerlatte, T. et al. (Hrsg.) (2009): Handbuch der Unternehmensberatung. Organisationen führen und entwickeln. ESV, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<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