Betriebswirtschaftslehre Spezialisierung

BWL-Grundlagen · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	17 Monate in Vollzeit oder 34 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule
Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
Telefon: 030 22027283
E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de
Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Der wirtschaftliche Erfolg eines Unternehmens? Hängt stark von den Entscheidungen der Fach- und Führungskräfte im täglichen Business ab. Hier sind vor allem Menschen mit betriebswirtschaftlichen Kenntnissen gefragt. Hol Dir Dein Mindset für wirtschaftlich erfolgreiches Handeln. Globale Unternehmensführung, kollaboratives Arbeiten, Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement, Digital Skills – Deine Weiterbildung Betriebswirtschaftslehre Spezialisierung berücksichtigt den Umbruch in der Unternehmenswelt. Du lernst die unterschiedlichen Funktionsbereiche eines Betriebs kennen und schaffst ein Grundverständnis zu den wichtigsten Fragen des Wirtschaftens. Dabei arbeitest und denkst Du maximal wirtschaftswissenschaftlich. Unternehmensziele kannst Du ab jetzt ganz leicht klassifizieren und formulieren. Deine betriebswirtschaftliche Weiterbildungs-Reise führt Dich zu den Bereichen der Kosten- und Leistungsrechnung, Managerial Economics sowie Controlling. Gleichzeitig werden Dir handlungsmethodische und anwendungsorientierte Kompetenzen in der Bilanzierung, Investition und Finanzierung vermittelt. Entscheidungen, wie die Standortwahl und Rechtsformwahl von Betrieben gehen Dir locker von der Hand. Inklusive der Aufbau- und Ablauforganisation von Unternehmen und die Beschreibung allgemeiner unternehmerischer Entscheidungsprozesse. Mit den betriebswirtschaftlichen Teilfunktionen Beschaffung, Produktion, Absatz sowie Personalmanagement und -führung rundest Du Deine Online Weiterbildung gekonnt ab. Inklusive der wichtigsten Grundzüge im internationalen Marketing. Nach erfolgreichem Abschluss Deiner Weiterbildung zur Betriebswirtschaftslehre Spezialisierung bist Du in der Lage, den kompletten Wertschöpfungsprozess zu verstehen – und bereit für die Economy 4.0.

02 Lehrplan & Module

1. BWL I

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.
Kursinhalte
Grundelemente der BWL Definition und Bereiche der BWL
Sektoren der Wirtschaft
Anforderungen an Unternehmen
Unternehmen als Systeme
Wirtschaften als Erkenntnisgegenstand der BWL Der Mensch als Wirtschaftssubjekt
Bedürfnisse, Bedarf, Nachfrage
Prinzipien und Ziele wirtschaftlichen Handelns
Unternehmerisches Handeln Unternehmensziele
Entscheidungsprozess
Konstitutive Entscheidungen Standort
Rechtsformen am Beispiel Deutschlands
Organisation Begriffsdefinitionen und organisatorische Elemente
Organisatorische Strukturmodelle
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

2. BWL II

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.
Kursinhalte
Der betriebliche Wertschöpfungsprozess Betriebliche Prozesse und Wertschöpfung
Wertschöpfungskette
Beschaffung Operative Beschaffung
Strategische Beschaffung
Lagerhaltung
Produktion Grundlagen der Produktionswirtschaft
Produktionsverfahren und Kundenintegration
Absatz Absatz- und Marktbearbeitungsstrategien
Marketinginstrumente
Personalmanagement und -führung Personalmanagement
Personalführung und Motivation
Wissensmanagement
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

3. Buchführung und Bilanzierung I

In diesem Kurs erhalten die Studierenden einen praxisorientierten Überblick über das externe Rechnungswesen sowie die Grundbegriffe und verrechnungstechnischen Grundlagen der doppelten Buchführung. Es folgen Abschnitte über Bilanzierungsgrundsätze, die Erfassung von Geschäftsvorfällen und die Aufstellung von Finanzberichten. Der Kurs orientiert sich am Handelsgesetzbuch (HGB).
Kursinhalte
Funktionen und Grundsätze des Rechnungswesens Begriffe und Funktionen des Rechnungswesens
Adressaten und Teilgebiete des betrieblichen Rechnungswesens
Gesetzliche Vorschriften und Rahmenbedingungen
Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung
Rechengrößen des Rechnungswesens
Technik und Organisation der doppelten Buchführung nach HGB Inventar und Inventur
Bilanz
Gewinn-und Verlust-Rechnung
Verbuchung von Geschäftsvorfällen
Organisation der Buchführung
Buchungen des Warenverkehrs nach HGB Umsatzsteuer
Sachkonten beim Einkauf und Verkauf
Lieferanten- und Kundenskonti, Rabatte und Boni
Verbuchung ausgewählter Geschäftsvorfälle nach HGB Buchungen im Personalbereich
Buchungen im Anlagevermögen
Darlehen und Zinsen
Steuern
Erstellung eines Jahresabschlusses nach HGB Periodenabgrenzung
Bestandteile des Jahresabschlusses
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

4. Buchführung und Bilanzierung II

Dieser Kurs befasst sich – aufbauend auf Grundlagenwissen – mit den wesentlichen Elementen des Jahresabschlusses. Insbesondere werden die einzelnen Bilanzpositionen im Hinblick auf die Bilanzierung dem Grunde nach wie auch in ihrer Erst- und Folgebewertung näher analysiert. Darauffolgend werden Ziele und Methoden der Bilanzanalyse dargestellt.
Kursinhalte
Grundfragen der Bilanzierung Ansatz von Vermögensgegenständen und Schulden
Ausweis von Vermögensgegenständen und Schulden
Bewertung von Vermögensgegenständen und Schulden
Bilanzierung des Anlagevermögens nach HGB Grundsätze der Bilanzierung des Anlagevermögens
Immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens
Sachanlagevermögen
Finanzanlagen
Bilanzierung des Umlaufvermögens nach HGB Grundsätze der Bilanzierung des Umlaufvermögens
Vorräte
Forderungen
Wertpapiere und flüssige Mittel
Bilanzierung der Schulden nach HGB Grundsätze der Bilanzierung der Schulden
Bewertung von Verbindlichkeiten und Rückstellungen
Behandlung des Disagios
Jahresabschlussanalyse Ziele und Grundlagen der Jahresabschlussanalyse
Analyse der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

5. Kosten- und Leistungsrechnung I

Die Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) ist wesentlicher Bestandteil des betrieblichen Rechnungswesens und dient – im Gegensatz zum externen Rechnungswesen – vornehmlich der unternehmerischen Selbstinformation. Dafür wird das Geschehen im Unternehmen und der betriebliche Kombinationsprozess zahlenmäßig abgebildet, um somit beispielsweise eine Wirtschaftlichkeit oder den kalkulatorischen Erfolg ermitteln zu können. Die KLR ist damit unverzichtbarer Bestandteil einer wirtschaftlich sinnvollen Entscheidungsfindung in Unternehmen.
Der Kurs Kosten- und Leistungsrechnung I dient der Einführung in das Thema. Zu Beginn des Kurses wird die KLR zunächst im Kontext des betrieblichen Rechnungswesens eingeordnet um folgend die Aufgaben, Systeme und den Aufbau der KLR näher zu erläutern. Im nächsten Schritt werden die Grundlagen der Kostenbegriffe, Kostentheorie und Kostenverrechnung beschrieben, um die theoretische Basis abzurunden. Darauf aufbauend werden die drei wesentlichen Bestandteile der KLR unter Betrachtung von Vollkosten aufgezeigt. Zunächst werden die Kosten in der Kostenartenrechnung erfasst und systematisiert. Sodann werden die Kosten verursachungsgerecht im Rahmen der Kostenstellenrechnung auf die entsprechenden Betriebsteile verteilt. Im letzten Schritt werden die Kosten durch die Kostenstellenträgerrechnung einem Kostenträger (z. B. einem Unternehmensprodukt auf Zeit- oder Mengenbasis) zugeordnet um damit beispielsweise eine Verkaufspreiskalkulation durchführen zu können.
Kursinhalte
Einführung in das betriebliche Rechnungswesen Überblick: Notwendigkeit und Einordnung des betrieblichen Rechnungswesens
Gliederung des betrieblichen Rechnungswesens
Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung Der Kosten- und Leistungsbegriff
Grundlagen der Kostentheorie
Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung auf Vollkostenbasis
Kostenartenrechnung Aufgabe und Gegenstand der Kostenartenrechnung
Vorgehen der Kostenartenrechnung
Erfassung und Bewertung von Materialkosten
Erfassung und Bewertung von Personalkosten, Dienstleistungskosten und Abgaben
Erfassung und Bewertung von kalkulatorischen Kosten
Kostenstellenrechnung Aufgaben und Vorgehen der Kostenstellenrechnung
Verteilung der primären Gemeinkosten
Innerbetriebliche Leistungsverrechnung
Bildung von Gemeinkostensätzen
Kostenkontrolle
Kostenträgerrechnung Aufgaben und Arten der Kostenträgerrechnung
Kostenträgerstückrechnung I: Divisionskalkulation
Kostenträgerstückrechnung II: Äquivalenzziffernverfahren
Kostenträgerstückrechnung III: Zuschlagskalkulation
Kostenträgerzeitrechnung
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

6. Kosten- und Leistungsrechnung II (Vertiefung)

Aufbauend auf den Kenntnissen des Kurses KLR I wird das Wissen zur Kosten- und Leistungsrechnung im Kurs KLR II erweitert und vertieft. Im Vordergrund steht dabei nicht mehr nur die Abbildung des betrieblichen Geschehens, sondern vielmehr die Unterstützung und Verbesserung von Entscheidungen wie z. B. Produkt-, Produktions- oder Preisentscheidungen.
In einem ersten Schritt wird die Aussagekraft der bisher genutzten Vollkostenbetrachtung diskutiert und diese um die Teilkostenrechnung ergänzt. Nachfolgend werden verschiedene Anwendungsmöglichkeiten der Teilkosten- und Deckungsbeitragsrechnung aufgezeigt und angewendet. So lassen sich mit ihr beispielsweise Break-Even-Analyse oder eine Optimierung des Produktionsprogramms durchführen. Im Anschluss wird mit der Prozesskostenrechnung eine alternative Form der KLR-Methodik eingeführt und deren Anwendung und Aussagekraft erläutert. In einem weiteren Schritt wird das bisher genutzte System der IST-Kostenrechnung um die Plankostenrechnung erweitert. Daraufhin wird ein Einblick in sonstige, praxisrelevante Kostenmanagementmethoden wie z. B. dem Target Costing gegeben und deren Nutzen diskutiert.
Kursinhalte
Teilkostenrechnung Schwächen der Vollkostenrechnung
Aufgabe und Grundlagen der Teilkostenrechnung
Deckungsbeitragsrechnung Systeme der Deckungsbeitragsrechnung
Break-Even-Analyse
Produktions- und Absatzprogramm
Weitere Anwendungsbereiche der einstufigen Deckungsbeitragsrechnung
Anwendung der mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung
Prozesskostenrechnung Begriff und Gegenstand der Prozesskostenrechnung
Ermittlung der Prozesse und Prozessgrößen
Prozesskostenrechnung in der Kostenstellenrechnung
Kalkulation mit der Prozesskostenrechnung
Aussagekraft der Prozesskostenrechnung
Plankostenrechnung Aufgabe und Vorgehen der Prozesskostenrechnung
Starre Plankostenrechnung
Flexible Plankostenrechnung auf Vollkostenrechnung
Grenzplankostenrechnung
Weitere Instrumente der Kostenrechnung Target Costing
Life Cycle Costing
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

7. Investition und Finanzierung

Investition und Finanzierung sind als Bestandteile der Finanzwirtschaft untrennbar miteinander verbunden. Um ein klares Verständnis für finanzwirtschaftliche Sachverhalte zu schaffen, werden daher in diesem Modul zunächst die finanzwirtschaftlichen Grundlagen und in diesem Kontext auch der Zusammenhang von Investition und Finanzierung erläutert. Basierend darauf werden die statischen sowie die klassischen dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung vorgestellt, mit deren Hilfe Investitionsvorhaben auf ihre Vorteilhaftigkeit hin überprüft werden können, um so eine Investitionsentscheidung herbeizuführen. Dabei werden die einzelnen Verfahren detailliert vorgestellt und anhand von Beispielen verdeutlicht. Da zur Durchführung einer Investition stets finanzielle Mittel erforderlich sind, werden darauf aufbauend unterschiedliche Finanzierungsinstrumente – unterteilt nach der Rechtsstellung der Kapitalgeber in Eigen-, Fremd- und Mezzaninefinanzierung – vorgestellt und anhand von Beispielen erläutert. In diesem Kontext wird zudem auf die Kapitalstruktur und die Steuerung dieser mithilfe von Kennzahlen eingegangen.
Kursinhalte
Finanzwirtschaftliche Grundlagen Grundlagen der Finanzwirtschaft
Grundprinzipien der Finanzwirtschaft
Bestandteile der Finanzwirtschaft
Statische Verfahren der Investitionsrechnung Gemeinsamkeiten und Prämissen der statischen Verfahren
Kostenvergleichsrechnung
Gewinnvergleichsrechnung
Rentabilitätsvergleichsrechnung
Statische Amortisationsdauerrechnung
Klassische dynamische Verfahren der Investitionsrechnung Gemeinsamkeiten und Prämissen der klassischen dynamischen Verfahren
Kapitalwertmethode
Annuitätenmethode
Interne Zinsfußmethode
Dynamische Amortisationsdauerrechnung
Ausgewählte Arten der Unternehmensfinanzierung Systematisierungsansätze von Finanzierungsarten
Eigenfinanzierung
Fremdfinanzierung
Mezzaninefinanzierung
Kapitalstruktur Einführender Überblick
Kapitalstruktur nach Finanzierungsregeln
Kapitalstruktur nach dem Leverage-Effekt
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Klausur, 90 Minuten

8. Controlling I (Einführung)

Der Kurs Controlling I vermittelt Ihnen ein grundlegendes Verständnis für das Controlling. Zu diesem Zweck werden zunächst die wesentlichen Begrifflichkeiten erklärt, die Entwicklung des Controllings kurz dargestellt sowie die einzelnen Funktionen des Controllings erläutert. Darauf aufbauend wird der Gegenstand des Controllings näher betrachtet, in dem das Controlling im Kontext der Unternehmensziele analysiert und von den Systemen des internen Rechnungswesens abgegrenzt wird. Des Weiteren wird anhand der in der Betriebswirtschaftslehre anerkannten Controllingkonzeptionen ein Verständnis für die Rolle des Controllings – und somit auch für die Rolle des Controllers – in einem Unternehmen geschaffen.
Zudem wird ein Überblick über die wesentlichen Gestaltungsfaktoren des Controllings gegeben, wobei ausgewählte Controllinginstrumente sowie das Controlling von Geschäftsfeld- und Unternehmensstrategien im Fokus stehen.
Kursinhalte
Grundfragen des Controllings Controlling – Was ist das?
Historische Entwicklung von Controlling
Funktionen des Controllings
Gegenstand des Controllings Ziele eines Unternehmens
Normatives, strategisches und operatives Controlling
Systeme des Rechnungswesens
Controllingkonzeptionen Gegenstand von Controllingkonzeptionen
Ergebniszielorientierte Controllingkonzeptionen
Führungsbezogene Controllingkonzeptionen
Koordinationsorientierte Controllingkonzeptionen
Gestaltungsfaktoren und Bereiche des Controllings Anspruchsgruppen von Controlling
Implementierung von Controlling im Unternehmen
Controllinginstrumente
Controlling der Geschäftsfeld- und Unternehmensstrategien Generische Strategien nach Porter
Kosten-, Qualitäts- und Zeitwettbewerb
Portfolio-Modelle, BCG-Matrix und Kernkompetenzen
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

9. Controlling II (Vertiefung)

Der Kurs Controlling II beinhaltet die wesentlichen Instrumente des Controllings. Hierbei werden zunächst im Rahmen des abschlussorientierten Controllings die Bedeutung von Kennzahlen und Kennzahlensystemen, die Bilanzanalyse sowie ausgewählte finanz- und erfolgswirtschaftliche Kennzahlen vorgestellt. Im Anschluss daran werden die Bestandteile der Kosten- und Leistungsrechnung dargestellt und die Frage geklärt, inwiefern diese zu einem aussagekräftigen Controlling beitragen können. Darauf aufbauend wird die Bedeutung von ausgewählten Instrumenten für ein effektives und effizientes Controlling untersucht. Abschließend werden die operative, die taktische sowie die strategische Planung und Kontrolle und ihr Stellenwert für das Controlling näher beleuchtet.
Kursinhalte
Abschlussorientiertes Controlling Kennzahlen und Kennzahlensysteme
Bilanzanalyse
Finanz- und erfolgswirtschaftliche Kennzahlen
Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung Kostenartenrechnung
Kostenstellenrechnung
Kostenträgerrechnung
Controllingrelevanz von Kostenrechnungssystemen Kurzfristige Erfolgsrechnung
Deckungsbeitragsrechnung
Break-Even-Analyse
Preisunter- und -obergrenzen
Ausgewählte Instrumente der internen Unternehmensrechnung Lifecycle Costing
Target Costing
Activity-Based Costing
Planung und Kontrolle Operative Planung und Kontrolle
Taktische Planung und Kontrolle
Strategische Planung und Kontrolle
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

10. Marketing I

Ziel des Kurses ist es, den Studierenden die grundlegenden Konzepte und Begriffe des operativen Marketings zu vermitteln. Sie erhalten einen Einblick in die unterschiedlichen Ansätze des Marketings im Unternehmen und werden vertraut mit dem Management von Produkten und Marken sowie mit dem Begriff der Positionierung im Markt.
Der Kurs vermittelt den Studierenden das Grundwerkzeug des Marketings anhand des Marketingmix. Im Detail wird auf die vier Elemente des Marketingmix eingegangen, also die Produkt-, Kommunikations-, Preis- und Distributionspolitik. Die Zusammenhänge und das Zusammenspiel der einzelnen Elemente wird durch Beispiele aus der Praxis verdeutlicht. Die Studierenden lernen, dass der Erfolg eines Produkts von einer konsistenten und konsequenten Umsetzung der einzelnen Elemente im operativen Marketing abhängt.
Kursinhalte
Grundlagen des Marketings Begriffe des Marketings
Markenführung, Positionierung und Wettbewerbsstrategien
Marketingmanagement
Produktpolitik Begriffe der Produktpolitik
Gestaltungsfelder der Produktpolitik
Innovationsmanagement
Kommunikationspolitik Integrierte Marketingkommunikation.
Kommunikationsinstrumente
Preispolitik Die Stellung der Preispolitik im Marketing
Preispolitische Strategien
Preisbestimmung und Konditionierung
Distributionspolitik Grundlagen der Distributionspolitik
Vertikale Gestaltung des Vertriebssystems
Horizontale Gestaltung des Vertriebssystems
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

11. Marketing II

Ziel des Kurses ist es, ein tieferes Verständnis für das Verhalten der unterschiedlichen Konsumenten zu wecken. Die Studierenden lernen die Grundlagen der Konsumentenverhaltensforschung kennen. Der Kurs geht auf verschiedene Kaufentscheidungsmodelle ein und untersucht die Faktoren der Konditionierung, Lernen und Emotionen, welche Kaufentscheidungen maßgeblich beeinflussen. Auch hier dienen Beispiele dazu, die Verbindung zwischen Theorie und Praxis herzustellen.
Das Thema Segmentierung des Marktes wird im Zusammenhang mit der Marktforschung detailliert beleuchtet. Hier werden die Studierenden mit den wichtigsten Instrumenten und Methoden vertraut.
Ein weiterer wichtiger Themenbereich des Marketings ist die Kundenzufriedenheit und die Kundenbindung, welche eng miteinander verbunden sind. Hier werden Kundenerwartungen und verschiedene Maßnahmen zur Kundenbindung vorgestellt und vertieft.
Kursinhalte
Grundlagen der Konsumentenverhaltenforschung Relevanz und Begriffe der Konsumentenverhaltensforschung
Private und professionelle Konsumenten
Theoretische Grundlagen
Konsumenten und die Marketingbotschaft Aktivierende Prozesse
Kognitive Prozesse
Moderatoren aus der Umwelt
Kaufentscheidungsmodelle Der Kaufentscheidungsprozess
Arten von Kaufentscheidungen
Theorien zur Kaufentscheidungen
Marktforschung und Segmentierung Relevanz und Begriffe der Marktforschung
Methoden und Instrumente der Marktforschung
Methoden der Segmentierung
Kudenzufriedenheit Relevanz und Begriff der Kundenzufriedenheit
Kundenbindung
Beziehungsmarketing
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

12. Projektmanagement

Ziel des Kurses ist es, den Studierenden die Grundlagen des klassischen Projektmanagements zu vermitteln. Dazu wird zunächst die Definition eines Projektes in Abgrenzung zum Produkt- und Prozessmanagement beleuchtet. Die typischen Einsatzgebiete der klassischen Methoden im Projektmanagement werden aufgezeigt und von den neueren Ansätzen abgegrenzt. Im Vordergrund stehen dann die zentralen Methoden des klassischen Projektmanagements zur Planung und Umsetzung von Vorhaben. Die Studierenden erfahren, wie ein Projekt organisiert und sinnvoll in Phasen strukturiert wird. Sie lernen, wie Termine, Ressourcen und Kosten geplant, Risiken berücksichtigt und realisierbare Projektpläne erstellt werden. Weiterhin werden Methoden der Terminverfolgung, des Projektcontrollings und der Projektsteuerung vorgestellt. Die Studierenden lernen Fragen der Kommunikation zu Stakeholdern sowie Methoden des Projektreportings kennen. Weiterhin erhalten sie einen Einblick in die Relevanz der Zusammensetzung und Führung von Projektteams. Durch Beispiele sowie in der Praxis anwendbare Vorlagen bekommt der Studierende ein Grundverständnis, wie kleine bis mittelgroße Projekte zu planen, zu strukturieren, durchzuführen und erfolgreich abzuschließen sind.
Kursinhalte
Einführung in das Projektmanagement Definition von Projekten und Abgrenzung zu anderen Managementformen
Die verschiedenen Arten von Projekten und deren jeweilige Einsatzgebiete
Einbindung eines Projekts in die Unternehmensorganisation
Das primäre Ziel des Projektmanagements (Magisches Dreieck)
Die Vorphase des Projektes Analyse der Situation, Zielfindung, Aufwands- und Rentabilitätsabschätzung
Beauftragung eines Projektes und Ressourcenzuordnung
Grobplanung der Phasen des Projektes
Projektstart Projektmanager, Projektorganisation und Teamzusammensetzung
Projektstart und Kickoff-Meeting
Kommunikationsmatrix und Dokumentationsrichtlinien
Risikoanalyse und Meilensteindefinition
Stakeholderanalyse, Kommunikationsplan und Projektmarketing
Der Projekt- und Ressourcenplan Feinplanung (Projektstrukturplan und Arbeitspakete)
Ablauf und Terminplanung (Netzplantechnik, Gantt-Chart)
Planung von Personaleinsatz und Budgetverteilung
Projektsteuerung und -controlling Aufgaben in der Durchführungsphase (Leistung, Zeit, Kosten)
Der Projektsteuerungszyklus
Nachverfolgung von Terminen, Kosten und Leistung
Abweichungs- und Ursachenanalyse sowie Steuerungsmaßnahmen
Die Ertragswertanalyse
Projektdokumentation
Projektberichte und Managementreporting
Projektabschluss Übergabe der Projektergebnisse extern und intern
Projektabschlussbericht und Lessons Learned
Entlastung, Teamauflösung und Abschlussfeier
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

13. Managerial Economics

Basis für (fast) alle ökonomischen Fragestellungen ist das Problem der Knappheit. Aufbauend auf dieser Erkenntnis befasst sich dieser Kurs mit drei zentralen Aspekten. Erstens wird das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage auf Märkten analysiert. Zweitens werden Erkenntnisse über das Verhalten von Konsumenten auf Märkten erarbeitet. Drittens stehen unternehmerische Entscheidungen im Mittelpunkt, die u.a. von der zur Verfügung stehenden Produktionstechnologie und den Wettbewerbsbedingungen auf Märkten abhängen.
Diese drei Kernelemente werden aus einer anwendungsorientierten Perspektive vermittelt, in der jeweils der Bezug zu (aktuellen) Herausforderungen des Managements von Firmen hergestellt wird. Der Kurs beinhaltet daher sowohl die Auseinandersetzung mit ökonomischen Theorien als auch deren Anwendungen in der unternehmerischen Praxis.
Kursinhalte
Grundlagen Begriffsdefinition & Gegenstand der Volkswirtschaftslehre
Wie denken Volkswirte?
Die unsichtbare Hand des Marktes Angebot und Nachfrage
Marktgleichgewicht
Elastizitäten
Anwendungen
Entscheidungen der Konsumenten Nutzentheorie
Zahlungsbereitschaft
Nachfrage
Anwendungen
Unternehmerische Entscheidungen I: Vollständiger Wettbewerb Produktion
Kosten
Angebot
Anwendungen
Unternehmerische Entscheidungen II: Unvollständiger Wettbewerb Monopol
Monopolistische Konkurrenz
Oligopol
Unternehmerische Entscheidungen III: Spieltheorie Methodik
Simultane Spiele
Sequentielle Spiele
Fortgeschrittene Mikroökonomie Informationsökonomie
Verhaltensökonomie
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

14. Recht I

In diesem Kurs werden zunächst die Grundlagen des Rechts und Kenntnisse im Bürgerlichen Recht vermittelt. Im Vordergrund stehen die unterschiedlichen Rechtsgebiete und Rechtsquellen. Die Differenzierung, ob eine Rechtsstreitigkeit im Bereich des Zivilrechts eingegliedert oder dem öffentlichen Rechts zugeordnet wird, spielt dabei eine Rolle. In diesem Zusammenhang wird auch das Gerichtssystem behandelt, um die Unterschiede zu verdeutlichen. Auch die rechtsstaatlichen Prinzipien und die Kenntnisse der Methodik der Rechtsanwendung bilden die Grundlage des Rechts. Zudem steht auch der Aufbau und Inhalt des BGB im Vordergrund. Der Grundsatz der Privatautonomie und die Bedeutung der Rechtsgeschäfte sind hierbei wichtig. Ferner bildet der Vertragsschluss einen Schwerpunkt in diesem Kurs. Begriff und Arten der Willenserklärung sowie Kenntnisse im Bereich der Geschäftsfähigkeit und Stellvertretung werden in diesem Zusammenhang vermittelt. Auch die Regelungen im Bereich der AGB spielen eine besondere Rolle. Sowohl vertragliche, als auch die gesetzlichen Schuldverhältnisse bilden weitere Themen, die in diesem Kurs behandelt werden. Im Rahmen der vertraglichen Schuldverhältnisse werden nicht nur der Inhalt der Schuldverhältnisse, sondern auch das Leistungsstörungsrecht behandelt. Des Weiteren werden hier Kenntnisse zu den Fristen und Verjährungen im BGB vermittelt. Die Geschäftsführung ohne Auftrag, das Bereicherungsrecht sowie die unerlaubte Handlung sind ferner die grundlegenden Themen im Bereich der gesetzlichen Schuldverhältnisse.
Kursinhalte
Grundlagen des Rechts Rechtsgebiete & Rechtsquellen
Rechtsstaatliche Grundsätze
Methodik der Rechtsanwendung
Einführung in das Bürgerliche Recht Rechtssubjekte & Rechtsobjekte
Rechtsgeschäfte & Willenserklärung
Willensmängel
Form & Inhalt des Rechtsgeschäfts
Vertragsschluss Zustandekommen des Vertrages
Allgemeine Geschäftsbedingungen
Geschäftsfähigkeit
Stellvertretung
Fristen und Verjährung
Vertragliche Schuldverhältnisse Entstehung & Inhalt von Schuldverhältnissen
Störung von Schuldverhältnissen
Schadensersatz
Beendigung von Schuldverhältnissen
Gesetzliche Schuldverhältnisse Geschäftsführung ohne Auftrag
Ungerechtfertigte Bereicherung
Unerlaubte Handlung
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

15. Recht II

Im Kurs Recht II steht zunächst das Vertragsrecht im Vordergrund. Aufbauend auf den aus Recht I bekannten Grundprinzipien werden die verschiedenen Vertragstypen des BGB behandelt und die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien besprochen. In diesem Zusammenhang wird das Mängelgewährleistungsrecht nunmehr auch vertieft dargestellt. Im Vertragsrecht steht auch der Handel im elektronischen Geschäftsverkehr im Vordergrund; insbesondere das Verbraucherschutzrecht bildet dabei einen Schwerpunkt. Zudem werden die Sicherungsrechte in Gestalt der praxisrelevanten Personal- und Realsicherheiten besprochen. Hier werden vor allem unterschiedliche Kreditsicherheiten dargestellt und erläutert. Auch das Sachenrecht ist ein Teil dieses Moduls. Neben der Darstellung der Grundprinzipien des Sachenrechts erfolgt die nähere Erläuterung der Begriffe Besitz und Eigentum im rechtlichen Sinne.
Kursinhalte
Die wichtigsten Vertragstypen des BGB Kaufvertrag
Mietvertrag
Darlehensvertrag
Werkvertrag
Dienstvertrag
Weitere Vertragstypen und Besonderheiten Schenkungsvertrag
Leihe
Tausch
Verträge mit besonderen Vertriebsformen sowie über digitale Produkte
Typengemischte Verträge
Sachenrecht Grundprinzipien
Besitz
Eigentum
Inhaberschaft an Rechten und Forderungen (insbesondere Aktien und Wertpapiere)
Sicherungsrechte Grundlagen
Personalsicherheiten
Realsicherheiten
Verwertung von Sicherheiten Verfahrensrechtliche Grundlagen
Besonderheiten bei Personalsicherheiten
Besonderheiten bei Realsicherheiten
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

16. Steuerlehre I

Steuern gehören zu den elementaren Einflussfaktoren auf jedes Unternehmen. Alle unternehmerischen Entscheidungen müssen deshalb auch auf ihre steuerlichen Auswirkungen hin überprüft werden. Umgekehrt müssen die Folgen steuerlich motivierten unternehmerischen Handelns auf den Unternehmenserfolg hin betrachtet werden.
Kursinhalte
Steuern als Bestandteil der Rechts- und Wirtschaftsordnung Steuern als Teil der Rechtsordnung
Volkswirtschaftliche Bedeutung von Steuern
Überblick über Gebiete und Gesetze der Steuerrechtsordnung Einteilung der Steuerarten und ihre Bedeutung
Einteilung der Steuerarten aus der Perspektive der Finanzverwaltung
Unterscheidung zwischen Besitz- und Verkehrssteuern
Allgemeines Steuerrecht Einführung und Ablauf des Besteuerungsverfahrens
Steuerrechtsverhältnis, Steuerschuldner, Steuergläubiger
Grundsätze des Besteuerungsverfahrens
Grundlagen der Umsatzsteuer Allgemeine Anmerkungen zur Umsatzsteuer
Umsatzsteuerprüfungsverfahren
Besteuerungsverfahren
Grundlagen der Einkommensteuer Allgemeine Anmerkungen zur Einkommensteuer
Persönliche und sachliche Steuerpflicht
Veranlagungsformen
Gewinneinkunftsarten
Überschusseinkunftsarten
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Klausur, 45 Minuten

17. Steuerlehre II (Vertiefung)

Der Kurs baut auf Grundlagenwissen im Bereich Bilanzierung und Besteuerung auf. Es werden die Kenntnisse in den betrieblich relevanten Steuern vertieft. Hierbei werden auch die Unterschiede verschiedener Rechtsformen in ihren Grundzügen erarbeitet.
Kursinhalte
Rechtsformwahl und Besteuerung Übersicht Rechtsformen
Die Besteuerung des Unternehmensertrags
Unterschiede bei der Steuerbelastung zwischen Personen- und Kapitalgesellschaften
Steuerliche Gewinnermittlung Rechtsgrundlagen der Steuerbilanz
Maßgeblichkeitsprinzip
Ansatzvorschriften
Bewertungsvorschriften
Steuern in der GuV und als Rückstellung
Grundlagen der betrieblichen Steuern Grundlagen der Körperschaftsteuer
Ermittlung der körperschaftsteuerlichen Bemessungsgrundlage
Grundlagen der Gewerbesteuer
Ermittlung des Gewerbeertrags und der Gewerbesteuer
Grundlagen des Internationalen Steuerrechts Grundlagen des Internationalen Steuerrechts
Uni- und bilaterale Maßnahmen zur Vermeidung der Doppelbesteuerung
Methoden zur Vermeidung der Doppelbesteuerung
Rechtsschutz im Steuerrecht – Änderungen und Berichtigung von Steuerbescheiden
Rechtsbehelfsverfahren im Steuerrecht
Änderungen und Berichtigungen von Steuerverwaltungsakten
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 45 Minuten

18. Wirtschaftsmathematik

Die Wirtschaftsmathematik vermittelt als Grundlagenfach quantitative Methoden, die für alle Bereiche der Wirtschaftswissenschaften unumgänglich sind. Studierende von wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen müssen in der Lage sein, komplexe ökonomische Prozesse sachlogisch zu beschreiben und zu analysieren. Die Wirtschaftsmathematik stellt für diese Aufgabe ein wichtigstes Instrument dar. Mit ihrer Hilfe ist es möglich, Entscheidungen und Optimierungen innerhalb einer Firma vorzunehmen, und Konsumenten- bzw. Produzentenverhalten auf Märkten zu analysieren. Der Kurs Wirtschaftsmathematik zielt daher darauf ab, Studierende mit den elementaren Grundlagen der (Wirtschafts-)Mathematik vertraut zu machen. Es wird zudem anhand von Anwendungsbeispielen aufgezeigt, wie die erlernten mathematischen Werkzeuge in der wirtschaftswissenschaftlichen Praxis zur Anwendung kommen.
Kursinhalte
Mathematische Grundlagen Mathematik
Zahlenbereiche
Rechenregeln
Gleichungen
Ungleichungen
Mengenlehre - ein kurzer Überblick
Prozentrechnungen - ein kurzer Überblick
Funktionen einer Variablen Grundlegende Definitionen
Darstellung von Funktionen
Arten von Funktionen
Eigenschaften von Funktionen
Ökonomische Anwendungen
Differentiation Differenzen und Differentialquotient
Ableitungsregeln
Steigung und Krümmung
Ökonomische Anwendungen
Optimierung Extrempunkte
Kurvendiskussion
Ökonomische Anwendungen
Funktionen mehrerer Variablen Einführung
Differentiation
Optimierung
Ökonomische Anwendungen
Finanzmathematik Grundlagen
Anwendungen
Weiterführende Themengebiete Integration
Lineare Algebra
Differenzen und Differentialgleichungen
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

19. Digital Skills

Ob Soziale Arbeit, Marketing, Management oder Pflegeberufe – der digitale Wandel als Megatrend bestimmt einen tiefgreifenden Wandel, der jeden Einzelnen und alle Ebenen der Gesellschaft betrifft. In diesem Kurs geht es darum, die Ursachen des Wandels und den Wandel als solches mit seinen Auswirkungen zu verstehen. Aus diesem Verständnis heraus werden Fähigkeiten – Digital Skills – entwickelt, mit der Digitalisierung in verschiedenen (beruflichen) Kontexten umgehen zu können. Grundlegend werden Aspekten der digitalen Transformation und digitalen Kommunikation erörtert und dargestellt, wie sich Wirtschaft, Gesellschaft und Kommunikation verändert haben und verändern. Das betrifft unter anderem die Arbeit und Zusammenarbeit. Methoden wie Design Thinking, Tools wie Slack oder Content-Management-Systeme wie WordPress haben interdisziplinäre Relevanz. Social Media und Mobile sind fester Bestandteil des Alltags, prägen die (Medien-)Sozialisation und das digitale Marketing. Unter dem Aspekt „Digital im Unternehmen“ werden ausgewählte Szenarien betrachtet, wie zum Beispiel Digital HR oder Digital und Sozial. Ein grundlegendes Verständnis für digitale Technologien wie Cloud Computing oder Big Data ist essenziell, um digitale Prozesse begleiten und Steuern sowie Trends wie Quantencomputing beurteilen zu können.
Kursinhalte
Digitale Transformation Grundlagen, Ursachen, Folgen
Infrastruktur und Technologien
Auswirkungen für Wirtschaft und Gesellschaft
Konzepte
Digitale Kommunikation Grundlagen
Der Onlinekommunikationsprozess
Kommunikationstools
Bot-Kommunikation
Text vs. Voice
Methoden für digitale Arbeit Agile Methoden: Agile Grundlagen, SCRUM, Kanban
Design Thinking
Game Thinking
Lean Start-up und Lean Management
Verteiltes und kollaboratives Arbeiten Grundlagen
Tools und Systeme
(Green) Web Design und Content-Management-Systeme
Präsentationstechniken
Social Media und Mobile Social Media und Social-Media-Marketing
Social-Media-Kanäle
Responsive Design und Mobile Websites
Apps und Messenger
QR-Codes und Location-Based Services
Mobile First und Mobile Only
Ausgewählte Technologien Cloud Computing
Big Data/Data Analytics
KI/Machine Learning
Internet of Things
APIs
Smart Services
Robotics
Blockchain
Virtual und Augmented Reality
3-D/4-D-Druck
Digital im Unternehmen: Ausgewählte Szenarien Digital Business
Digital Marketing
Digital Design
Digital HR
Digital und Sozial
Trends und Ausblick Erwerb und Ausbau der Kompetenzen für das digitale Zeitalter
Trends und Ausblick für die digitale Kommunikation, Social Media und Mobile

20. Kollaboratives Arbeiten

Der Kurs unterstützt die Studierenden darin, für unsere vernetzte Welt wichtige überfachliche Kompetenzen auf- und auszubauen – und dabei die Chancen einer konstruktiven Zusammenarbeit mit anderen zu nutzen. Er stellt wesentliche Formen und Gestaltungsmöglichkeiten von kollaborativem Lernen und Arbeiten vor, vermittelt grundlegende Kenntnisse und Werkzeuge für ein selbstgeführtes, flexibles und kreatives Denken, Lernen und Handeln und macht die Studierenden mit den Themen Empathiefähigkeit und emotionale Intelligenz vertraut. Zudem werden die Studierenden angeregt, die Kursinhalte anzuwenden. Damit fördern sie ihre autonome Handlungskompetenz sowie ihre Kompetenz in der interaktiven Anwendung von Tools und im Interagieren in heterogenen Gruppen.
Kursinhalte
Lernen für eine vernetzte Welt – in einer vernetzten Welt Anforderungen und Chancen der VUCA-Welt
Lernen, Informationen und der Umgang mit Wissen und Nichtwissen
4C-Modell: Collective – Collaborative – Continuous – Connected
Eigenes Lernverhalten überprüfen
Networking & Kooperation Die passenden Kooperationspartner finden und gewinnen
Tragfähige Beziehungen: Digital Interaction und Vertrauensaufbau
Zusammenarbeit – lokal und virtuell organisieren & Medien einsetzen
Social Learning: Lernprozesse agil, kollaborativ und mobil planen
Performance in (virtuellen) Teams Ziele, Rollen, Organisation und Performance Measurement
Team Building und Team Flow
Scrum als Rahmen für agiles Projektmanagement
Design Thinking, Kanban, Planning Poker, Working-in-Progress-Limits & Co
Kommunizieren und überzeugen Kommunikation als soziale Interaktion
Sprache, Bilder, Metaphern und Geschichten
Die Haltung macht’s: offen, empathisch und wertschätzend kommunizieren
Aktiv zuhören – argumentieren – überzeugen – motivieren
Die eigene Gesprächs- und Argumentationsführung analysieren
Konfliktpotenziale erkennen –Konflikte handhaben –wirksam verhandeln Vielfalt respektieren – Chancen nutzen
Empathie für sich und andere entwickeln
Systemische Lösungsarbeit und Reframing
Konstruktiv verhandeln: klare Worte finden – Interessen statt Positionen
Eigene Projekte realisieren Wirksam Ziele setzen – fokussieren – reflektieren
Vom agilen Umgang mit der eigenen Zeit
(Selbst-)Coaching und Inneres Team
Strategien und Methoden der Selbstführung und -motivation
Eigene Ressourcen mobilisieren Ressourcen erkennen – Emotionen regulieren
Reflexion und Innovation – laterales Denken und Kreativität
Transferstärke und Willenskraft: Bedingungsfaktoren analysieren und steuern
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fachpräsentation

21. Personal und Unternehmensführung

Der Kurs vermittelt Studierenden einen Überblick über die Zusammenhänge von Unternehmenszielen, Strategie, Organisationsgestaltung, Personalmanagement und Führung. Ziel ist es, den Studierenden eine Helikopterperspektive zu vermitteln, indem zunächst verschiedene Arten von Unternehmenszielen und das Prinzip des Wettbewerbsvorteils (Competitive Advantage) erklärt werden. Im nächsten Schritt werden die zugrundeliegenden, zentralen Theorien des strategischen Managements vermittelt. Basierend auf den Grundlagen der Strategieentwicklung lernen die Studierenden verschiedene Formen der strategischen Analyse kennen und darauf aufbauend die Strategiegestaltung auf Unternehmens- und Geschäftsbereichsebene. Die Studierenden lernen den Zusammenhang von Strategie und Organisationsformen kennen sowie den Zusammenhang von Organisation, Strategie, Personalmanagement und Führung. In Bezug auf das Personalmanagement werden Grundlagen, Mitarbeiterflusssysteme und Anreizsysteme diskutiert. Im Rahmen der Führung werden theoretisch-konzeptionelle Ansätze der Mitarbeiter- und Teamführung sowie Instrumente der Mitarbeiter- und Teamführung präsentiert.
Kursinhalte
Grundlagen der Unternehmensführung Begriff der Unternehmensführung
Management aus institutioneller Sicht
Management aus funktionaler Sicht
Der Managementprozess als Regelkreis
Arbeitsalltag von Managern
Das Managementsystem
Zentrale Theorien des strategischen Managements Market-based view of the firm
Resource-based view of the firm
Spieltheorie
Agency Theory
Verhaltenswissenschaftliche Ansätze
Unternehmensziele Arten von Unternehmenszielen
Entstehung von Unternehmenszielen
Shareholder- und Stakeholder-Ansatz
Ziele für das strategische Management
Strategische Analyse und Strategieentwicklung Grundlagen der Strategieentwicklung
Externe Analyse
Interne Analyse
Strategiegestaltung auf Unternehmensebene
Strategiegestaltung auf Geschäftsfeldebene
Organisation und Organisationsgestaltung Aufgaben und Ziele der Organisation
Organisationstypen
Personalmanagement Konzeptionelle Grundlagen
Mitarbeiterflusssysteme des Personalmanagements
Anreizsysteme des Personalmanagements
Führung von Mitarbeitern und Teams Grundlagen und theoretisch-konzeptionelle Ansätze der Mitarbeiterführung
Instrumente der Mitarbeiterführung
Grundlagen der Teamführung
Instrumente der Teamführung
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

22. Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement

Die Studierenden lernen die Grundlagen und die betrieblichen Konzepte des Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagements kennen und können fundiert an der Umsetzung in der Praxis mitarbeiten. Die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Qualität als unternehmerische Aufgabe wird u.a. unter dem Gesichtspunkt der persönlichen, unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung diskutiert. Methoden und Systeme der Umsetzung in Unternehmen werden vorgestellt und kritisch hinterfragt.
Kursinhalte
Grundlagen der Nachhaltigkeit Grundlegendes Verständnis und Definitionen
Ethische Aspekte und gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen
Lernen von der Natur: Vorbild für Wirtschaftsprozesse
Nachhaltigkeit in drei Dimensionen Historische Entwicklungen
Entwicklungen in der natürlichen Umwelt
Wirtschaftliche Trends
Soziale Entwicklungen und gesellschaftliches Umfeld
Nachhaltigkeit in der Praxis Politik und Staat
Unternehmen
Zivilgesellschaft
Werkzeuge und Methoden des Nachhaltigkeitsmanagements System Dynamics und Technikbewertungen
Umweltrecht
Nachhaltigkeits- und Umweltmanagementsysteme
Ökobilanz und CO2-Fußabdruck
Qualität von Produkten, Prozessen und Dienstleistungen Definitionen und Begriffe
Entwicklungen und Trends
Besonderheiten und Dienstleistungsqualität
Metriken und Kennzahlensysteme
Verfahren, Methoden und Qualitätswerkzeuge Kontinuierliche Verbesserung
Fehlermöglichkeits- und -einflussanalyse (FMEA)
Q - die sieben Qualitätswerkzeuge
Audits und Zertifizierungen
Qualitätsmanagementsysteme Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9000ff
Total Quality Management
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

23. Globale Unternehmen und Globalisierung

Die Studierenden begreifen die Mechanismen, die zur Globalisierung führten, und können gegenwärtige Trends sowohl zur Globalisierung als auch umgekehrt zur Lokalisierung einordnen. Aufbauend auf den Basiskenntnissen, die die Studierenden in der allgemeinen BWL über die Grundfunktionen im Betrieb erlernt haben, werden in diesem Kurs die speziellen Anforderungen, die eine globale Präsenz an das Unternehmen und seine Funktionen stellt, analysiert und diskutiert.
Kursinhalte
Geschichte und Entwicklung der Globalisierung Globalisierung V1.0 nach Niall Ferguson
Geschichte der Globalisierung
Einflussfaktoren der wirtschaftlichen und kulturellen Globalisierung
Das Spannungsfeld zwischen Globalisierung und Lokalisierung
Gesellschaftliche Aspekte der Globalisierung und unternehmerische Verantwortung
Internationales Marketing Internationales Konsumentenverhalten
Market Research
Standardisierung und Adaption
International Branding
Verpreisungsstrategien
International Marketing Communications
Internationale Operation Offshoring und Outsourcing
Globale Produktionsnetzwerke
Globale Logistik
Internationale Personalführung Lokale und internationale Personalführung
Expatriate Management
Lokalisierung von Personal
Internationale Personalentwicklung
Internationale Finanzierung Institutionen der globalen Finanzwelt
Internationale Finanzierung und ihre Formen
Internationale Beschaffung Gründe und Strategien des Global Sourcing
Risiken internationaler Beschaffung
Internationale Distributionspolitik
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Kaufmännischer Leiter, Controller, Betriebswirt Controlling

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen