

Business Development

Digitale Geschäftsmodelle · 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	4 Monate in Vollzeit oder 8 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufcoaching, 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

Nichts ist so beständig wie der Wandel. Die Digitalisierung beschleunigt diesen Prozess, da auch sicher geglaubte Bereiche in Unternehmen plötzlich neu definiert werden. Als Business Development eröffnest Du Unternehmen neue, innovative Geschäftsmöglichkeiten – auch im Hinblick auf verkürzte Produktlebenszyklen. Von der Planung bis zur Durchführung. Idealerweise solltest Du hierfür bereits in einem betriebswirtschaftlichen Bereich gearbeitet haben.

Für den nachhaltigen Erfolg von Unternehmen muss man bestehende Geschäftsmodelle regelmäßig hinterfragen und weiterentwickeln. Genau darauf zielt Deine Weiterbildung Business Development ab. Nach Deinem Abschluss kannst Du den Markt, Kunden- und Wettbewerberdynamiken richtig interpretieren und entsprechende operative Maßnahmen daraus entwickeln. Sowohl im Dienstleistungs- als auch im Produktmanagement. Auch Aspekte der Unternehmensgründung und des -aufbaus werden berücksichtigt. Das macht Dich zum wertvollen Talent für Unternehmen und ebnet Dir gleichzeitig den Weg in eine mögliche Selbstständigkeit.

02

Lehrplan & Module

1. 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

2. Innovation im Digital Environment

Ziel des Kurses ist es, den Studierenden einen Überblick über die gegenwärtigen Ansätze eines modernen Innovationsmanagements im Kontext von Digitalisierung zu geben. Dazu werden zunächst die Grundlagen bzgl. Innovationen und Innovationsmanagement vermittelt und darauf aufbauend die Einflüsse der Digitalisierung beleuchtet. Dabei werden relevante Konzepte, wie digitale Transformation, digitales Innovationsmanagement oder disruptive Innovation aufgegriffen.

Es werden relevante Ansätze zur Entwicklung von Produkt- und Dienstleistungsinnovationen beschrieben, die den Konsumenten in den Mittelpunkt der Gestaltung rücken. Daraufhin werden Design-Driven Techniken der Ideenfindung und -generierung, wie Design Thinking und Design Sprints, theoretisch erarbeitet und an praktischen Beispielen demonstriert. Diesen werden Criticism-Ansätze zur Generierung neuer Richtungen und Bedeutungen entgegengesetzt.

Das Modul vermittelt den Studierenden damit bewährte Strategien und Modelle des Innovationsmanagements sowie ein praxisnahes Set an relevanten aktuellen Methoden zum Umgang mit Innovationen im digitalen Umfeld. Ziel dieser Methoden ist es, eine verbesserte Marktpositionierung im digitalen Kontext zu erlangen.

Kursinhalte

Innovation Definition von Innovation

Theorien und Modelle

Einfluss der Digitalisierung auf Innovationen Digitalisierung und digitale Transformation

Digital Business

Digitale Innovation

Innovationsmanagement Definition und zentrale Begriffe des Innovationsmanagements

Prozesse des Innovationsmanagements

Digitales Innovationsmanagement

Disruptive Innovation Konzept der disruptiven Innovation

Disruptive Innovation im digitalen Umfeld

Beispiele zu disruptiven Innovationen im digitalen Umfeld

Einbeziehung von Kundengruppen in den Innovationsprozess Konzept der User-Driven Innovation

Open Innovation

Value Proposition Design

Design und Innovation Design-Driven Innovation

Design Thinking

Design Sprint

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Hausarbeit

3. 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

4. Projekt: Unternehmensgründung

Die Studierenden werden in diesem Kurs eine praktische Einführung in die Unternehmensgründung erhalten. Neben der Vermittlung der einzelnen Grundprinzipien werden auch mögliche Tools und Vorgehensweisen beleuchtet. Um die Unternehmensgründung nicht nur theoretisch zu erfahren, werden mit Hilfe der Projektberichte konkrete Geschäftsideen analysiert.

Speziell im dualen Fernstudium:

Im dualen Fernstudium ist der Theorie-Praxis-Transfer anhand eines realen Projekts, das im Praxisbetrieb umgesetzt werden soll, zu leisten. Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung ihres Praxisbetriebs unter Betreuung einer:s Lehrenden. Eine Betreuung seitens Praxispartner kann auf Wunsch erfolgen.

Kursinhalte

Der Kurs wird die Grundlagen des Entrepreneurships vermitteln. Es werden zunächst Begriffsabgrenzungen und aktuelle Entwicklungsfelder im Bereich Entrepreneurship besprochen. Die Phasen des Entrepreneurships wie Early Stage (Ideenfindung, Ideenformulierung und Umsetzung) sowie Expansion und Later Stage werden behandelt. Die Erfolgsfaktoren des Entrepreneurships werden angesprochen. Danach wird die grundsätzliche Erstellung eines Businessplans, der Business Canvas und des Elevator Pitch erläutert und anschließend besondere Herausforderungen von Start-ups und Unternehmen in der Wachstumsphase (Finanzierung, Rechtsformwahl etc.) herausgearbeitet. Das Thema Corporate Entrepreneurship wird im Hinblick auf Chancen, Risiken und notwendige Maßnahmen ebenfalls angesprochen. Die Projektberichte werden die Analyse einer Geschäftsidee, die die Studierenden selbst aussuchen können, beinhalten. Diese soll mit Hilfe der gelernten Entrepreneurship Tools beurteilt werden. Als Geschäftsidee kommt sowohl eine eigene Geschäftsidee der Studierenden als auch eine bereits existierende in Frage.

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Projektbericht

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: Business Development Manager, Innovationsmanager, Produktmanager

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](#)