Business Development Masterclass

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	8 Monate in Vollzeit oder 16 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

Innovationsmanagement, Digitale Transformation, Künstliche Intelligenz. Alles Themen, die in die moderne Unternehmensberatung einfließen. Von der Unternehmensgründung bis zur -entwicklung. Wenn Du bereits erste Erfahrungen im Bereich Management, BWL oder Wirtschaftswissenschaften gesammelt hast, dann kannst Du jetzt die nächste Stufe zünden. Deine Online-Weiterbildung Business Development Masterclass lässt Dich intensiv in die Welt des Consultings eintauchen. Und macht Dich zur Fachkraft auf diesem Gebiet. Mit Deiner Weiterbildung Business Development Masterclass erfährst Du alles über zielführende Unternehmensstrategien in Zeiten des digitalen Wandels. Von innovativen Marktforschungs-Methoden bis zum HR-Consulting. Du vertiefst Deine betriebswirtschaftlichen Kenntnisse vor allem in der Finanzplanung, Unternehmensberatung und dem Dienstleistungsmanagement. Gleichzeitig lernst Du mikroökonomische Handlungsfelder und Innovationsmanagement-Techniken kennen. Nach Deiner Weiterbildung weißt Du, was zu einer erfolgreichen Unternehmensgründung gehört – und wie man diese zum Beispiel mit einer cleveren Investitions- und Finanzplanung an den Start bringt. Inklusive dem dazugehörigen Businessplan. Und Du kannst für Unternehmen neue Geschäftsfelder entdecken und entwickeln. Denn als Business Development Manager:in bist Du vor allem eines: strategisch und visionär.

02 Lehrplan & Module

1. Marktforschung

Ziel der Marktforschung ist es, Informationen zu sammeln, die die Entscheidungsfindung im Management unterstützen. Diese Informationen können auf vielfältige Weise beschafft werden. Der Kurs Marktforschung bietet den Studenten ein Basiswissen der Vorgehensweise und der Methoden der Marktforschung. Auf der Grundlage des Marktforschungsprozesses werden alle Prozessschritte behandelt. Das Augenmerk der Datenanalyse liegt auf der Interpretation statistischer Analysen am Beispiel von Potenzial-, Image- oder Kundenzufriedenheitsanalysen.
Kursinhalte
Grundlagen der Marktforschung Definition und Bezug zum Marketing
Aufgaben und Prozess der Marktforschung
Anbieter und Nutzer von Marktforschungsdaten
Wahl des Forschungsansatzes Untersuchungstypen
Primär- vs. Sekundärforschung
Qualitative vs. quantitative Forschung
Qualitative Marktforschung Traditionelle qualitative Verfahren
Online-basierte qualitative Verfahren
Auswertung qualitativer Studien
Grundlagen der quantitativen Marktforschung Stichprobenziehung
Von der Forschungsfrage zum Messinstrument
Messniveaus und Skalierung
Befragung: Ein Verfahren der quantitativen Marktforschung Fragebogenentwicklung
Kommunikationsformen bei Befragungen
Online-Befragungen
Sonstige Verfahren der quantitativen Marktforschung Beobachtung
Panels und Trendstudien
Experimente und Testmärkte
Datenerhebung und -aufbereitung Datenerhebung
Daten codieren und gewichten
Fehlerkontrolle und Umgang mit fehlenden Daten
Datenanalyse Univariate Verfahren
Bivariate Verfahren
Multivariate Verfahren
Kommunikation der Ergebnisse Daten verdichten und interpretieren
Ergebnisse darstellen
Ergebnisse präsentieren
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

2. 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

3. Business Consulting I

Die Unternehmensberatung ist eine professionelle Dienstleistung, deren gesamtwirtschaftliche Bedeutung zunehmend ansteigt. Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftraggebende 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.
Kursinhalte
Einführung in die Unternehmensberatung Business Consulting – Management Consulting – Unternehmensberatung
Unternehmensberatung als Gegenstand der Wissenschaft
Formen und Funktionen der Unternehmensberatung Erscheinungsformen der Unternehmensberatung
Funktionen der Unternehmensberatung
Inhouse Consulting
Der Markt für Unternehmensberatung Daten, Strukturen und Trends
Beratungsunternehmen in Deutschland
Geschichte, Pioniere und Konzepte Geschichte der Unternehmensberatung
Konzepte der Unternehmensberatung
Beratungsfelder Strategieberatung
Organisations- und Transformationsberatung
IT-Beratung
Personalberatung/HR-Beratung
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

4. Business Consulting II

Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftraggebende 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.
Kursinhalte
Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung Die Unternehmensberatung als Professional Service Firm
Das Wertschöpfungsmodell der Unternehmensberatung
Das Marktumfeld der Beratungsfirma
Das Management der Unternehmensberatung Handlungs- und Entscheidungsfelder für das Management der Unternehmensberatung
Normative und strategische Handlungs- und Entscheidungsfelder
Personal- und HR-Management im Beratungsunternehmen
Vermarktung von Beratungsdienstleistungen Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
Strategisches Beratungs-Marketing
Operatives Dienstleistungsmarketing von Unternehmensberatungen
Beziehungsmarketing von Beratungsunternehmen
Beraterhaftung, Vertragsgestaltung und Berufsrecht Beraterhaftung
Vertragsgestaltung
Rechtsfragen der Berufsausübung
Das Beratungsprojekt Voraussetzungen
Einstellungen und Techniken
Beratungsphase
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

5. 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

6. 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

7. 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

8. 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, Unternehmensberater, Innovationsmanager

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