

Modulbeschreibung

Titel des Moduls	Ökonomische Grundlagen	
Modul Nr.	UX-01	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Wolfgang Dorner	
	Technische Hochschule Deggendorf Edlmairstr. 6+8 94469 Deggendorf Tel.: 0991-3615-487 Email: wolfgang.dorner@th-deg.de	
Namen der Lehrveranstaltungen die in diesem Modul unterrichtet werden	Forschungsmethoden Volkswirtschaftslehre Rechnungswesen Wirtschafts- & Gesellschaftsrecht Steuern	
Namen der Lehrenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen	Forschungsmethoden Prof. Dr. Wolfgang Dorner Volkswirtschaftslehre Prof. Dr. Markus Lemberger Rechnungswesen Ingrid Stockinger Wirtschafts- & Gesellschaftsrecht Prof. Dr. Josef Langenecker Prof. Dr. Josef Scherer Steuern Florian Kempinger	
Semester (1.,2., 3.,...)	1	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Häufigkeit des Moduls	Jährlich	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflicht	
Niveau undergraduate (Bachelor) oder postgraduate (Master)	Postgraduate	
SWS	6	
ECTS (des gesamten Moduls)	10	
Workload	Präsenzzeit:	90
	Selbststudium inkl. virtuelle Lehre:	210
	Gesamt:	300
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch	

Ziele des Gesamtmoduls

Forschungsmethoden:

Die Studierenden erhalten zunächst einen Überblick über die Methoden, also das Fakten- und Begriffswissen der empirischen Sozialforschung und ihrer Anwendungen, verbunden mit einer Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten, um das erworbene Wissen verfahrensorientiert einzusetzen. Das Modul „Forschungsmethoden“ soll die Studierenden an die wissenschaftliche Vorgehensweise bei der Behandlung eines Themas heranführen und zu eigenständigem, wissenschaftlichem Arbeiten als Führungskraft im Management eines Unternehmens befähigen. Dabei geht es vor allem um das Erlernen und Verstehen von Hintergrundwissen aus der empirischen Sozialforschung, die gerade für Analyse ökonomischer Zusammenhänge wichtig ist. Hierzu wird das Gebiet der wissenschaftlichen Methodologie in all seinen Ausprägungen überblicksartig reflektiert und diskutiert, insbesondere wird die klassische Einteilung der Forschungsmethoden in qualitative und quantitative Verfahren zusammen mit deren Grenzen erörtert. Diese Kenntnisse werden von theoretischer Seite her dadurch untermauert, dass das Verständnis der Begriffe Wissenschaft, Forschung, Wissenschaftlichkeit, Falsifikation usw. zum einen mit Elementen aus der allgemeinen Wissenschaftstheorie und zum anderen über spezielle Fragestellungen aus der Ökonomie erarbeitet und geschärft wird. Gerade dieser Aspekt soll die Studenten dazu befähigen auch metakognitives Wissen über den Erkenntniszuwachs persönlich zu verarbeiten und kritisch anzuwenden. Daneben werden „handwerkliche“ Kenntnisse für die Konzeption der Erhebung von Daten und das Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit vermittelt. Die Anwendung und das Analysieren von Sachverhalten aufgrund dieser theoretischen Konzepte soll die Bewertung für den konkreten Sachverhalt ermöglichen. Es wird auch ein Fokus auf die quantitativen Methoden der analytischen Modellbildung und der Statistik gelegt, wobei insbesondere die statistische Methodenlehre aufgrund ihrer Bedeutung für die Wirtschaftswissenschaften behandelt wird. Anhand von Beispielen aus Wirtschaftspraxis und anhand von Fallstudien und wissenschaftlichen Veröffentlichungen werden die Konzepte erläutert bzw. geübt. Die Studierenden sollen dabei in die Lage versetzt werden, aus der Vielzahl der vorhandenen Werkzeuge die für ein konkretes Problem geeignetsten Methoden auszuwählen und richtig anzuwenden. Hierzu gehört vor allem auch, die jeweiligen Voraussetzungen und Anwendungsgrenzen der einzelnen Verfahren beurteilen zu können. Praktische Kompetenzen im Umgang und Einsatz von geeigneter Software werden vermittelt. Schlüsselqualifikationen wie planvolles systematisches Arbeiten, analytisches Denken, die Herangehensweise an eine Problemstellung, deren Lösung und die kritische Hinterfragung der erhaltenen Resultate, Präsentation in wissenschaftlicher Sprache und Form sowie ihre Präsentation werden trainiert.

Volkswirtschaftslehre:

Die Teilnehmer erwerben die für die moderne Betriebsführung und Wahrnehmung von Managementfunktionen unverzichtbare Basiswissen über die Märkte und Wettbewerb, Außenwirtschaftsbeziehungen, institutionelle Gegebenheiten und andere entscheidungsrelevanten Wirtschaftsdaten, um sie zu befähigen, situationsgerecht unternehmerische Entscheidungen in Kenntnis volkswirtschaftlicher Zusammenhänge umzusetzen.

Rechnungswesen:

Grundlagen der Bilanzierung in Handels- und Steuerrecht sollen erarbeitet werden; vorhandene Wahlrechte seitens des Gesetzgebers werden dargestellt und entsprechend analysiert. Im Besonderen wird auf den Unterschied zwischen Handels- und Steuerbilanz eingegangen.

Gesellschaftsrecht:

Der Teilnehmer soll die gesellschaftsrechtlichen Kenntnisse erwerben, die ihn im Rahmen der Gründung, Führung und Nachfolge von Unternehmen in die Lage versetzen die für das jeweilige Unternehmen richtigen gesellschaftsrechtlichen Weichenstellungen zu treffen.

Am Beispiel des GmbH-Geschäftsführers werden die wesentlichen Aufgaben, Pflichten und Rechte von Organen in der Unternehmensleitung dargestellt.

Wirtschaftsrecht:

Die Teilnehmer sollen die fundamentalen rechtlichen Risiken in den unterschiedlichen Unternehmensbereichen verifizieren. Zugleich werden die möglichen Auswirkungen von Fehlern in diesem Bereich auf das Unternehmen und organisatorische Maßnahmen zur Gegensteuerung und Prophylaxe aufgezeigt. Das „Führungspersonal“ wird dabei nicht zum Juristen mit Einzelfallwissen ausgebildet, sondern primär sensibilisiert und in die Lage versetzt, die Mitarbeiter entsprechend zu instruieren und organisieren. Darüber hinaus sollen Entscheidungsträger frühzeitig erkennen, ob die aktuelle juristische Problemstellung noch innerbetrieblich zu handeln ist, oder ob Juristen beizuziehen sind, nach welchen Aspekten diese auszuwählen sind und wie man deren Tätigkeit zu „kontrollieren“ vermag.

Steuern:

Nach einem Überblick über das deutsche Steuerrecht werden die Grundzüge des Ertrags- und Umsatzsteuerrechts vermittelt.

Im Vordergrund steht die Darstellung der grundlegenden Vorschriften der Unternehmensbesteuerung (Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer) sowie der steuerrechtlichen Spezifika einzelner Rechtsformen. Ferner werden die wesentlichen Unterschiede in der Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften aufgezeigt, wodurch letztlich auch die Ursachen für die Komplexität der Unternehmensbesteuerung deutlich werden. Aperiodische Geschäftsvorfälle (z.B. Gründung, Unternehmensverkauf) werden beleuchtet.

Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Forschungsmethoden:

1. Einführung, Grundlegendes zu Begriffen
 - 1.1 Wozu ist Forschung notwendig?
 - 1.2 Forschungswelten
 - 1.3 Begriffswelten
 - 1.4 Wissenschaftstheoretische Unterschiede
2. Ziele und Ablauf empirischer Sozialforschung
 - 2.1 Ziele
 - 2.2 Forschungsprozess
3. Wissenschaftliches Arbeiten
4. Operationalisierung von Forschungsfragen
5. Design und Untersuchungsformen
6. Auswahl und Datenerhebungstechniken
 - 7.1 Auswahlverfahren
 - 7.2 Datenerhebungstechniken
7. Datenaufbereitung und –Analyse
8. Fallbeispiele in SPSS
9. Umgang mit Literatur
 - a. Zitation
 - b. Kritische Diskussion von Literatur
 - c. Erstellung einer Literaturstudie
 - d. Zitierbarkeit
10. Instrumente zur Recherche, Datenmanagement und Visualisierung
 - a. Vorgehen bei der Literaturrecherche
 - b. Exzerpt und Dokumentation
 - c. Umsetzung im eigenen Text
11. Gliederung, Inhalte und Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten
 - a. Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten
 - b. Gestaltungsgrundsätze

Volkswirtschaftslehre:

Eingangs des Kurses wird zunächst allgemein in Untersuchungsinhalte, Erkenntnisse und Methodik der Volkswirtschaftslehre eingeführt. Anschließend werden Grundzüge der Mikroökonomik mit der Analyse von Haushalts- und Unternehmensentscheidungen erschlossen und der Entwicklung von Angebots- und Nachfragekurve erschlossen. Ein Blick auf die Makroökonomie erfolgt. Daraus werden Gleichgewichte in Märkten hergeleitet. Besonders hervorgehoben werden dabei Externalitäten und ihre Bedeutung für die Netzwerkökonomik. Grundlegende Einblicke in die Außenhandelstheorie und Praxis runden das Modul ab.

Gliederung:

1. Einführung in die Methodik volkswirtschaftlichen Denkens
2. Mikroökonomische Welt
 - a. Marktgleichgewicht
 - b. Theorie des Haushalts
 - c. Theorie der Unternehmung
 - d. Gewinnmaximierung und Marktformen
 - e. Externe Effekte
3. Makroökonomische Welt
 - a. Makroökonomisches Gleichgewicht
 - b. Wirtschaftswachstum, Inflation und Multiplikatoren
 - c. Fiskalpolitik
 - d. Geldmarkt und Geldpolitik
 - e. Koordinierung Fiskal- und Geldpolitik
 - f. Kritische Bewertung der Instrumente im globalen Kontext
4. Diskussion der Außenhandelsansätze und Implikationen für international agierende Unternehmen
5. Aktuelle wirtschaftspolitische Diskussionen

Rechnungswesen:

- Buchführungspflichten nach Handels- und Steuerrecht
- Verhältnis zwischen Handels- und Steuerbilanz
- Betriebsvermögen
- Bewertung nach HGB und Steuerrecht
- Anschaffungskosten/Herstellungskosten
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Einnahmen-Überschuss-Rechnung als Sonderform der Gewinnermittlung
- Jahresabschluss und seine Bestandteile
- Prüfung- und Offenlegungspflichten

Gesellschaftsrecht:

- Überblick über das deutsche Gesellschaftsrecht mit Bezügen zum Internationalen Gesellschaftsrecht
- Darstellung der wesentlichen Rechtsformen unter besonderer Berücksichtigung der Bedürfnisse kleinerer und mittelständischer Unternehmen
- Grundzüge des Umwandlungsrechts
- Dienstvertragsrecht des GmbH - Geschäftsführers

Wirtschaftsrecht:

Risikomanagement allgemein und im Bereich Unternehmensrecht

Konzeption und Implementierung eines (juristischen) Risikomanagementsystems

Besprechung der Aufgabenstellung / Themen von Studien-/Masterarbeiten / generelle Gestaltung und Inhalt; Arbeitsmuster

Vertragsmanagement:

- Vertragsmanagement vor Vertragsschluss
- Vertragsgestaltung
- Individualvereinbarungen u. AGB
- Leistungsstörungen
- Vertragscontrolling

Produkthaftungsrisikomanagement inkl. Haftungsrisiken für Manager und Mitarbeiter

- Sachmängelhaftung
- Garantie
- Qualitätssicherungsvereinbarung
- Deliktische Produzentenhaftung
- Geräte- und Produktesicherheitsgesetz
- Manager- und Mitarbeiterhaftung bei Produktfehlern

Steuern:

- Bestimmungsgründe für die Wahl der Rechtsform
- Stufenaufbau des ESt-Rechts
- Wesentliche Begriffe des ESt-Rechts
- Gewerbliche Einkünfte aus laufender Geschäftstätigkeit
- Gewerbliche Einkünfte aus aperiodischen Geschäftsvorfälle
- Methoden der Gewinnermittlung
- Maßgeblichkeitsprinzip
- Gewerblich tätige Personengesellschaft
- Verlustberücksichtigung im ESt-Recht
- Stufenaufbau des KSt-Rechts
- Steuerliche Behandlung der Rechtsbeziehungen zwischen Kapitalgesellschaft und Gesellschaftern
- Teileinkünfteverfahren; Abgeltungsteuer
- Ermittlung des zu versteuernden Einkommens
- Abziehbare und nichtabziehbare Aufwendungen
- Verdeckte Gewinnausschüttungen und verdeckte Einlagen
- Stufenaufbau der GewSt
- Wesentliche Hinzurechnungen und Kürzungen
- Darstellung des MwSt.-Systems
- Unternehmereigenschaft
- Steuertatbestände des UStG und ihre Steuerbarkeitsvoraussetzungen

<p>Empfohlene Literaturliste (Autor, <u>Jahr!!</u>, Titel, Auflage, Verlag, Erscheinungsort)</p>	<p>Forschungsmethoden: Die Vorlesung und die Inhalte orientieren sich entlang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schnell, R. , Hill, P. H., Esser, E (2008): Empirische Sozialforschung, Oldenbourg, 8. Auflage - Kornmaier, M (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten: Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, Physica Verlag, Heidelberg <p>Weitere Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> - Standop, E., Meyer, M. (2008): Die Form der wissenschaftlichen Arbeit, Quelle & Meyer, 18. Auflage - Konrad, K. (2001): Mündliche und schriftliche Befragung – Ein Lehrbuch, 2. Auflage, Landau: Verlag Empirische Pädagogik - Kirchhoff, S., Kuhnt S., Lipp P., Schlawin, S. (2003): Der Fragebogen – Datenbasis, Konstruktion und Auswertung, 3. Auflage, Opladen: Leske + Budrich - Diekmann, A. (2005): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg - König, E./ Zedler, P. (2002): Qualitative Forschung : Grundlagen und Methoden. 2. Aufl. - Weinheim - Lamnek, S. (2005): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. 4. Auflage. Weinheim/Basel - Bortz, J. (2005). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler (6. Auflage). Berlin <p>Es wird empfohlen zumindest ein Lehrbuch entsprechend begleitend zu lesen!</p> <p>SPSS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eckstein, P. (2006): Angewandte Statistik mit SPSS, 5. Auflage, Gabler Verlag, Opladen <p>Volkswirtschaftslehre: N. Gregory Mankiw, Mark P. Taylor (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre - Originaltitel: Principles of Economics. 4. , überarbeitete Auflage</p> <p>Weiterführende Literatur: R.S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld, Microeconomics, Publisher: Prentice Hall, 6/e, 2005</p> <p>(Hinweise zur relevanten Literatur werden auch in der Veranstaltung gegeben)</p> <p>Rechnungswesen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - HGB, Beck-Texte im dtv, 52. Auflage 2012 - Aktuelle Steuertexte 2012, Beck'sche Textausgaben - Meyer, Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, 22. Auflagen 2011 - IFRS Originaltext 2011 - Hoffmann/Lüdenbach (2010), IAS/IFRS-Texte 2010/2011, 3. Auflage, NWB-Verlag - Buchholz, Rainer (2009), Internationale Rechnungslegung – Die wesentlichen Vorschriften nach IFRS und neuem HGB, 8. Auflage, Erich Schmidt Verlag
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> - AstG - Schreiber/Nientimp (2011), Verrechnungspreise, 3. Auflage, NWB-Verlag - Vögele/Borstell/Engler (2011), Verrechnungspreise, 3. Auflage, Verlag C.H. Beck - Kuckhoff, Schreiber, Verrechnungspreise in der Betriebsprüfung, Verlag C.H. Beck <p>Gesellschaftsrecht: Münchener Handbuch des Gesellschaftsrechts, 3. Auflage in 5 Bänden, Gesellschaftsrecht, Beck-Texte im dtv, aktuelle Auflage oder AktG/GmbHG, Beck-Texte im dtv, aktuelle Auflage</p> <p>Wirtschaftsrecht: Bitte in Vorlesung mitnehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neues BGB <p>Bücher:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wer den Schaden hat.... Band 1, Scherer/Friedrich/Schmieder/Koller/Scholz ISBN-Nr. 3-937520-00-7 - Verträge – Praxiswissen Vertrags-management, Scherer/Friedrich/Schmieder/Koller/Hagen- buchnder/Scholz/Weidinger ISBN-Nr. 3-937520-02-3 <p>Steuern: Stobbe, Thomas: Steuern kompakt, Auflage: 14. (2015) Verlag: Wissenschaft & Praxis</p> <p>Wichtige Steuergesetze Auflage: 64 (2015) Verlag: NWB</p> <p>Scheffler, Wolfram: Besteuerung von Unternehmen, Band I: Ertrag-, Substanz- und Verkehrsteuern Auflage: 12. (2012) Verlag: C.F. Müller</p> <p>Kortschak, Hans-Peter: Lehrbuch Umsatzsteuer Auflage: 16. (2014) Verlag: NWB</p>
<p>Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen</p>	<p>Grundlagen der Wirtschaftsmathematik in linearer Algebra (Gleichungen und Ungleichungen, Lösen von linearen Gleichungssystemen, Vektoren- und Matrizenoperationen) und Analysis (elementare Funktionen und ihre Darstellung, Ableitung von Funktionen), sowie in Statistik und Wahrscheinlichkeitsrechnung sind</p>

	wünschenswert, aber nicht notwendig.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	<p>Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang: Beim Modul Ökonomische Grundlagen handelt es sich um ein Grundlagenmodul. Das Wissen über Rechnungswesen, Recht und Steuern ist Basis für das Verständnis der nachfolgenden Module UX02 Strategisches Management bis UX05 Unternehmerrecht.</p> <p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Das Modul kann als Wahlfach in allen betriebswirtschaftlichen Studiengängen anerkannt werden. Ebenso findet das Modul im MBA General Management Verwendung. Des Weiteren kann das Modul in dem MBA-Studiengang Health Care Management und im MA Risiko- und Compliancemanagement teilweise anerkannt werden.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden (Seminar, Vorlesung, Outdoorübungen, Vorlesungen mit Übungen, Laborübungen, Projekte, Gruppenarbeit, ...)</p>	<p>Theoretische Kenntnisse, illustriert durch Beispiele und Fallstudien und die Beherrschung von Software werden vermittelt. Das Wissen der Studenten wird nicht nur verbreitert, sondern in Bezug auf die theoretischen Grundgerüste vertieft. Dabei werden Schlüsselqualifikationen wie analytisches Denken, die Umsetzung eines Managementproblems in die theoretische Sprache (Modellbildung), dessen Lösung durch Einsatz eines geeigneten Computerprogramms, kritische Hinterfragung und Interpretation der erhaltenen Resultate und ihre Präsentation gefordert. Die erworbenen Kompetenzen versetzen die Studenten in die Lage in unvertrauten Situationen entsprechende Werkzeuge anzuwenden und das Wissen in komplexen Zusammenhängen zu integrieren. Simulationen und Sensitivitätsanalyse ermöglichen ein unternehmerisches Denken. Der Einsatz von Softwareinstrumenten, Datenbanken sowie die Vermittlung von Methoden und Ideen des wissenschaftlichen und strukturierten Vorgehens und Arbeitens bereiten die Studenten auf spätere Anforderungen in Studienarbeiten sowie die Masterarbeit vor und sie können auf Grundlage unvollständiger Informationen dennoch wissenschaftlich fundierte Entscheidungen fällen.</p> <p>Systematische Darstellung mit Fallbeispielen, Schaubildern und Artikeln zum Selbsterarbeiten. Vermittlung der Grundlagen durch fallbezogene Darstellung. Systematische Darstellung der Theorie mit Methodentransfer, Schaubildern und Fallbeispielen. Vorlesung im seminaristischen Stil, Gruppenarbeiten, Gruppenpräsentationen.</p>
Art der Prüfung (Studienarbeit, Klausur, Leistungsnachweise)	schriftliche Prüfung 120 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10-fach
Besonderes (z.B. online –Anteile, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Forschungsmethoden: Software-Einsatz (umfasst ca. 40 % der Vorlesungszeit): Tabellenkalkulation (Excel) Statistiksoftware (SPSS) Rechercheinstrumente (OPAC, Google Scholar, Online Datenbanken) Daten- und Wissensmanagement (Zotero, Citation Manager)</p> <p>Den Teilnehmern wird die Möglichkeit angeboten, sich über</p>

	<p>bestimmte Themen / Bereiche / aktuelle Rspr. auch über den eigentlichen Unterricht hinaus via Mail zu informieren.</p> <p>Damit soll selbst nach Abschluss des Studiums der (ehem.) Teilnehmer die Gelegenheit erhalten, für aktuelle Probleme, Fragen im Praxisalltag eine Antwort zu erhalten.</p> <p>Bei Bedarf werden auch Materialien wie Urteile, Statistiken etc. überlassen.</p>
--	---

Modulbeschreibung

Titel des Moduls	Strategisches Management	
Modul Nr.	UX-02	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael Jünger	
	<p>Prof. Dr. Michael Jünger</p> <p>Technische Hochschule Ingolstadt Esplanade 10 85049 Ingolstadt</p> <p>Telefon: +49 (0) 841 / 9348-4120 Email: michael.juenger@thi.de</p>	
Kursnummer und Namen der Lehrveranstaltungen die in diesem Modul unterrichtet werden	Strategisches Management Unternehmensförderung	
Namen der Lehrenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen	Strategisches Management Prof. Dr. Michael Jünger Unternehmensförderung Christoph Michl	
Semester (1.,2., 3.,...)	1	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Häufigkeit des Moduls	Jährlich	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflicht	
Niveau undergraduate (Bachelor) oder postgraduate (Master)	Postgraduate	
SWS	4	
ECTS (des gesamten Moduls)	8	
Workload	Präsenzzeit:	60
	Selbststudium inkl. virtuelle Lehre:	120
	Gesamt:	180
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch	

Ziele des Gesamtmoduls

Strategisches Management:

Die Teilnehmer erhalten einen Einblick in die wichtigsten Schritte und Instrumente zur Erstellung einer Unternehmensstrategie und wenden diese auch an. Im Besonderen wird anhand einer Fallstudie das theoretische Fundament praxisnah untermauert und veranschaulicht.

Unternehmensförderung:

Im Rahmen dieses Kurses erwerben die Studierenden Kenntnisse über die deutsche Fördermittel-Landschaft sowie die Netzworkebildung im Gründungsförderbereich. Hierbei lernen die Studierenden anhand konkreter Beispiele und Fallstudien, welche Aufgaben notwendig sind, um an staatliche und private Fördermittel, sowie an staatlich gefördertes Fremd- und Beteiligungskapital zu kommen. Nach Abschluss dieses Kurses sind die Studierenden in der Lage selbst Fördermittel zu akquirieren und zu beantragen.

Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Strategisches Management:

- Definition der verschiedenen Ebenen von „Strategie“
- Zusammenhänge eines strukturierten Strategieprozesses
- Methodiken zur Analyse von Unternehmen, Markt und Marktumfeld
- Instrumentenbasierte Strategieentwicklung
- Modellierung eines Geschäftsmodells


Unternehmensförderung:

- Gründungsförderung als Teilbereich der Wirtschaftsförderung
- Infrastrukturelle Gründungsförderung
 - Inkubatoren
 - Cluster und Netzwerke
 - Wettbewerbe
- Finanzielle Gründungsförderung
 - Fremdkapital
 - Fördermittel
 - Beteiligungskapital
- Gründerqualifizierung
- Fallbeispiel/Individuelle Fragestellungen

<p>Empfohlene Literaturliste (Autor, <u>Jahr!!</u>, Titel, Auflage, Verlag, Erscheinungsort)</p>	<p>Strategisches Management: Ausgehändigtes Skript zur Veranstaltung</p> <p>Weiterführende Literatur: Haberberg Adrian, Rieple Alison, 2008, Strategic Management. Theory and Application, Oxford Press Lynch Richard, 2009, Strategic Management, Pearson Müller-Stewens Günter, Lecher Christoph, 2005, Strategisches Management, Schäffer Pöschel Wittmann Robert, Reuter Matthias, 2008, Strategic Planning, Kogan Page</p> <p>Unternehmensförderung: „Wegweiser zu Fördermöglichkeiten für Existenzgründer und den Mittelstand“ http://www.stmwmet.bayern.de/service/foerderprogramme/foerderwegweiser/ „Förderdatenbank“ des Bundes http://www.foerderdatenbank.de</p> <p>Schriften: IfM Materialien Institut für Mittelstandsforschung KfW Economic Research – Studien und Materialien KfW Gründungsmonitor KfW-ZEW Gründungspanel KfW Mittelstandspanel GEM Global Entrepreneurship Monitor DIHK Gründerreport Factbook Gründerland Deutschland</p>
<p>Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen</p>	<p>Die Teilnehmer müssen sich auf Basis selektierter Literatur und Materialien auf die Fragestellungen des strategischen Managements vorbereiten.</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge</p>	<p>Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang: Beim Modul UX02 Strategisches Management handelt es sich um ein Grundlagenmodul. Das Wissen und die erworbenen Kompetenzen aus dem Modul UX02 Strategischen Management ist Basis für das Verständnis der nachfolgenden Module UX03 Finanzen und Controlling bis UX06 Gründungs- und Innovationsmanagement und finden in diesen Modulen Verwendung.</p> <p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Das Modul kann in allen betriebswirtschaftlichen Studiengängen anerkannt werden und ist in den Studiengängen MBA General Management sowie im MBA Health Care Management verwendbar.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden (Seminar, Vorlesung, Outdoorübungen, Vorlesungen mit Übungen, Laborübungen, Projekte, Gruppenarbeit, ...)</p>	<p>Vermittlung der Grundlagen durch fallbezogene Darstellung.</p> <p>Systematische Darstellung der Theorie mit Methodentransfer, Schaubildern und Fallbeispielen.</p> <p>Der Einsatz von Softwareinstrumenten, Datenbanken sowie die Vermittlung von Methoden und Ideen des wissenschaftlichen und strukturierten Vorgehens und Arbeitens bereiten die Studenten auf spätere eigene Unternehmensgründung vor.</p>

	Vorlesung im seminaristischen Stil, Gruppenarbeiten, Gruppenpräsentationen.
Art der Prüfung (Studienarbeit, Klausur, Leistungsnachweise)	Studienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6-fach
Besonderes (z.B. online –Anteile, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

Modulbeschreibung

Titel des Moduls	Finanzen und Controlling	
Modul Nr.	UX-03	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Hans-Paul Bisani	
	Prof. Dr. Hans-Paul Bisani Technische Hochschule Deggendorf Edlmairstr. 6+8 94469 Deggendorf Tel: 0991-3615-113 Email: paul.bisani@th-deg.de	
Kursnummer und Namen der Lehrveranstaltungen die in diesem Modul unterrichtet werden	Finanzen & Investment Kostenrechnung & Controlling	
Namen der Lehrenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen	Finanzen & Investment Prof. Dr. Hans-Paul Bisani, Hans Saller Kostenrechnung & Controlling Prof. Dr. Konrad Schindlbeck	
Semester (1.,2., 3.,...)	1	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Häufigkeit des Moduls	Jährlich	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflicht	
Niveau undergraduate (Bachelor) oder postgraduate (Master)	Postgraduate	
SWS	4	
ECTS (des gesamten Moduls)	6	
Workload	Präsenzzeit:	60
	Selbststudium inkl. virtuelle Lehre:	120
	Gesamt:	180
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch	

Ziele des Gesamtmoduls

Finanzen & Investment:

Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen erwerben das für mittelständische Unternehmen unverzichtbare Wissen für den Umgang mit Fremdkapitalgebern. Sie sind in der Lage Kreditgespräche mit Finanzdienstleistern zu führen, können Bonitätsprüfung, Rating, Sicherheitenbewertung vorbereiten. Außerdem sind sie in der Lage, Möglichkeiten der Risikobegrenzung durch Finanzprodukte beurteilen und hierzu notwendige Wirtschaftlichkeitsberechnungen (Alternativen-vergleiche) durchzuführen. Darüber hinaus bekommen sie die Grundzüge der Investitionsplanung und der Investitionsrechnung anhand von Beispielen vermittelt. Die Studierenden werden dadurch befähigt, situationsgerecht Investitionsentscheidungen sowie finanzwirtschaftliche Entscheidungen umzusetzen und zu beurteilen.

Kostenrechnung:

Das Ziel besteht darin, den Teilnehmern die Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung in anwendungsorientierter Form näher zu bringen. Hierbei wird so vorgegangen, dass mit den Teilnehmern unmittelbar nach einem theoretischen Teil die wichtigsten Sachverhalte anhand von Beispielen eingeübt werden. Beabsichtigt ist, den Teilnehmern die Möglichkeiten und Vorteile einer für alle Unternehmen notwendige Kosten- und Leistungsrechnung zu vermitteln. Es wird darauf Wert gelegt, dass die Kosten- und Leistungsrechnung als entscheidungsorientiertes Instrument darstellt.

Controlling

Ziel ist es, den Studierenden die Bedeutung eines effektiven Controllings näher zu bringen. Dies wird schon daran deutlich, dass nach mehreren Studien ein fehlendes Controlling der häufigste Insolvenzgrund ist. Die Studierenden lernen sowohl die operativen (z.B. operative Planung, Kennzahlenanalyse, Reporting) als auch strategischen (Balanced Scorecard, wertorientierte Steuerung) Controllinginstrumente kennen. Außerdem werden sie mit den Kriterien eines effizienten Controllings vertraut gemacht.

Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Finanzen & Investment:

- Bonität und Bonitätsprüfung
- Rating und Ratingverfahren als Modell
- Beurteilung, Kreditgespräch
- Forderungsmanagement
- Wirtschaftlichkeitsberechnungen bei Finanzprodukten (Alternativenvergleiche: KreditkaufLeasing bzw. Factoring/kurzfristiger Bankkredit)
- Unternehmensbewertung
- Sanierungsfinanzierung
- Einführung in die Finanzderivate (Instrumente zur Zins- und Währungssicherung)
- Grundzüge der Investitionsplanung und Investitionsrechnung
- Aktuelle Finanzkrise und ihre Auswirkungen auf die Unternehmensfinanzierung

Kostenrechnung:

- Ziele der Kosten- und Leistungsrechnung
- Begriffsabgrenzungen (Auszahlung – Ausgabe – Aufwand – Kosten)
- Unterschiede zwischen den einzelnen Kostenrechnungssystemen,
- Die drei Säulen der traditionellen Kosten- und Leistungsrechnung
 - o Kostenartenrechnung
 - o Kostenstellenrechnung
 - o Kostenträgerrechnung (Kalkulation)
- Ausgestaltungsmöglichkeiten der Teilkostenrechnung
- Struktur der Ergebnisrechnung
- Vorgehensweise bei der Kostenplanung
- Abweichungsanalyse (Soll-/Ist-Vergleich)
- Methoden des Kostenmanagements
 - o Target Costing
 - o Prozesskostenrechnung
- Praxisbeispiele


Controlling:

- Grundlagen des Controllings
- Die Controllingprozesse
- Die Controllingorganisation
- Die Unternehmensplanung / Budgetierung
- Das Beyond Budgetierung als Alternative zur Budgetierung
- Steuerung auf Basis von Kennzahlen
- Grundzüge des Projektcontrollings
- Die Visions- und Strategiefindung
- Die strategische Planung
- Die Balanced Scorecard als wichtiges ganzheitliches Steuerungsinstrument
- Die wertorientierte Steuerung
- Die Grundzüge des Risikomanagements

<p>Empfohlene Literaturliste (Autor, <u>Jahr!!</u>, Titel, Auflage, Verlag, Erscheinungsort)</p>	<p>Finanzen & Investment: E. Brigham, J. Houston, D. Aberwald Clark: Fundamentals of Financial Management, 2004 (4. Ed.)</p> <p>K. Olfert, C. Reichel, Kompakt-Training Investition, Kiehl Verlag (3. Auflage, 2003 oder aktueller)</p> <p>H. P. Bisani, Entwicklung der Kreditpreise, in: Übelhör/Warns (Hrsg.), Basel II, Auswirkungen auf die Finanzierung, Unternehmen und Banken im Strukturwandel, PD-Verlag (2004), S. 105 - 148</p> <p>Weiterführende Literatur: H. K. Baker, G. E. Powell: Understanding Financial Management – A Practical Guide, 2005</p> <p>H. Ehlers, Basel II/Rating: Die Hausaufgaben für Mittelstandsunternehmen und ihre Berater, 2. Aufl., NWBVerlag, 2004 <i>R. W. Kolb, Futures, Options and Swaps, 2003 (4. Ed.), Part 10 and 19</i></p> <p>Kostenrechnung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Däumler K.-D./Grabe J.: Kostenrechnung 1, Grundlagen, 9. Aufl. 2003 • Joos-Sachse Th., Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, 3. Aufl., 2006 (E-Book) • Coenenberg A. G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 2012 <p>Controlling:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weber J., Einführung in das Controlling, 13. Aufl., 2011 • Fiedler, R., Einführung in das Controlling, 3. Aufl., 2012 • Horvath, Controlling, 12. Aufl., 2011 • Horvath, Controlling umsetzen, 2012 • Preißler P., Controlling, 13. Aufl., 2007 • Joos-Sachse Th., Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, 3. Aufl., 2006 (E-Book) • Gleißner W. Grundlagen des Risikomanagements im Unternehmen, 2. Aufl., 2011
<p>Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge</p>	<p>Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang: Das Modul Finanzen und Controlling baut auf den Kompetenzen des Moduls UX01 Ökonomische</p>

	<p>Grundlagen auf. Kompetenzen aus den Bereichen Finanzen und Controlling sind für das Verständnis der Steuerung von Unternehmen notwendig und finden daher in den Modulen UX05 Unternehmerrecht und UX06 Gründungs- und Innovationsmanagement Verwendung.</p> <p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:</p> <p>Das Modul UX03 Finanzen und Controlling kann als Wahlfach in allen betriebswirtschaftlichen Studiengängen anerkannt werden.</p> <p>Das Modul UX03 Finanzen und Controlling ist in den Studiengängen MBA General Management, MBA Health Care Management sowie im MA Public Management anerkannt.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden (Seminar, Vorlesung, Outdoorübungen, Vorlesungen mit Übungen, Laborübungen, Projekte, Gruppenarbeit, ...)</p>	<p>Seminaristischer Unterricht mit Diskussionen, Kurzpräsentationen sowie Fallbeispielbearbeitung und Durchführung von Wirtschaftlichkeitsberechnungen/ Investitionsrechnungen. Fragebogen und Rechenbeispiele auch zum Selbsterarbeiten.</p>
<p>Art der Prüfung (Studienarbeit, Klausur, Leistungsnachweise)</p>	<p>schriftliche Prüfung 90 Minuten</p>
<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p>	<p>6-fach</p>
<p>Besonderes (z.B. online –Anteile, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	

Modulbeschreibung

Titel des Moduls	Projekt- und Führungsmanagement	
Modul Nr.	UX-04	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Johann Nagengast	
	Prof. Dr. Johann Nagengast Technische Hochschule Deggendorf Edlmairstr. 6+8 94469 Deggendorf Tel: 0991-3615-140 Email: johann.nagengast@th-deg.de	
Kursnummer und Namen der Lehrveranstaltungen die in diesem Modul unterrichtet werden	Projektmanagement Führungsmanagement	
Namen der Lehrenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen	Projektmanagement Prof. Dr. Johann Nagengast, Thomas Weiß Führungsmanagement Prof. Dr. Bernt Mayer	
Semester (1.,2., 3.,...)	2	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Häufigkeit des Moduls	Jährlich	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflicht	
Niveau undergraduate (Bachelor) oder postgraduate (Master)	Postgraduate	
SWS	6	
ECTS (des gesamten Moduls)	8	
Workload	Präsenzzeit:	90
	Selbststudium inkl. virtuelle Lehre:	150
	Gesamt:	240
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch	

Ziele des Gesamtmoduls

Projektmanagement:

Die Teilnehmer des MBA - Programms sollen mit Projekt-Management vertraut werden. Über den theoretischen Input hinaus sollen die Teilnehmer befähigt werden, die Inhalte in der operativen Praxis auch anzuwenden. Den Teilnehmern soll so ein Instrumentarium zur zielgerichteten Steuerung von Projekten an die Hand gegeben werden. Die Anwendung der Instrumente des Projektmanagement wird im Rahmen der Studienarbeit reflektiert und im Rahmen von Fallstudien praktiziert.

Projektmanagement - Kreativitätstechniken:

Kreativität ist jede neue, noch nie dagewesene, von wenigen Menschen gedachte Methode, ein Problem zu lösen bzw. die Miteinbeziehung von Faktoren wie Problemsensitivität, Ideenflüssigkeit, Flexibilität und Originalität.

Führungsmanagement:

Der Teilnehmer soll moderne Instrumente der Personalführung kennenlernen und konkrete Anwendungsmöglichkeiten für die eigene betriebliche Praxis einüben können.

Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Projektmanagement:

Der Inhalt der Veranstaltung enthält in jedem Fall folgende Themen:

- v Einführung in das Projekt-Management (genereller Überblick, Projekt- und Projektmanagementdefinition, Merkmale und Arten von Projekten)
- v Zieldefinition
- v Stakeholder-Analyse
- v Projektplanung (Phasen-, Struktur-, Ablauf- und Terminplanung, Ressourcen- und Kostenplanung)
- v Risikoanalyse
- v Tools zur effizienten Projektsteuerung (Meilensteintrendanalyse, Earned Value Analysis etc.)
- v Bearbeitung von Beispielprojekten

Zusätzliche Themen werden bei Bedarf aufgrund der aktuellen Entwicklungen in Literatur und Praxis und aufgrund der Bedürfnisse der Teilnehmer aufgenommen.

Projektmanagement - Kreativitätstechniken:

Der Kreativprozess

- Phase 1: Problemidentifizierung: Erkennen und Identifizieren eines Problems
Konvergentes Denken (linkshirrig)
- Phase 2: Problemexploration: Analyse und Neuformulierung eines Problems
Konvergentes Denken (linkshirrig)
- Phase 3: Inkubation: Lösungsfokussierte Entfernung von einem Problem
Divergentes Denken (rechtshirrig)
- Phase 4: Illumination: Auftauchen möglicher Lösungen
Divergentes Denken (rechtshirrig)
- Phase 5: Elaboration: Bewerten, bündeln, zusammenfassen, verwerfen von Lösungen
Konvergentes Denken (linkshirrig)

Spielregeln des Kreativprozesses

- Alles ist erlaubt
- Quantität der Ideen geht vor Qualität
- Kein geistiges Eigentum
- Ideensuche von Ideenkritik trennen
- Einfälle nicht zerreden; Killerphrasen vermeiden/blocken
- Formalen Rahmen einhalten

Kreativitätstechniken

Assoziationstechniken

- **Brainstorming**
 - Freie Assoziation von Ideen
 - Jede Idee notieren/visualisieren
- **Brainwriting (6-3-5-Methode)**
 - 6 Teilnehmer, 3 Ideen, 5 mal tauschen
 - Schritt 1: Jeder TN notiert auf einem Blatt Papier drei Ideen
 - Schritt 2: Weiterreichung des Blattes im Uhrzeigersinn
 - Schritt 3: Schriftliche Weiterentwicklung der Ideen
 - Schritt 4: Gemeinsame Auswertung

Analogietechniken

- **Analogietechnik**
 - Schritt 1: Typisches Strukturelement des Problems suchen
 - Schritt 2: Strukturelement auf fremdes Gebiet übertragen
 - Schritt 3: Freie Ideensammlung
 - Schritt 4: Rückübertragung auf das ursprüngliche Problem
- **Visuelle Synektik**
 - Schritt 1: Auswahl von drei Bildmotiven
 - Schritt 2: Analyse der Bildmotive
 - Schritt 3: Freie Ideensammlung
 - Schritt 4: Rückübertragung auf das ursprüngliche Problem

Reizworttechniken

- **Reizwortanalyse**
 - Schritt 1: Zufällige Reizworte finden
 - Schritt 2: Freie Ideensammlung
 - Schritt 3: Rückübertragung
- **Lexikon-Methode**
 - Schritt 1: Zufälligen Lexikon-Artikel finden
 - Schritt 2: Freie Ideensammlung
 - Schritt 3: Rückübertragung

Systematische Bedingungsvariation

- **Osborn-Analyse**
 - Schritt 1: Osborn-Checkliste auf das Problem übertragen
 - Schritt 2: Freie Ideensammlung
- **Kopfstandtechnik**
 - Schritt 1: Lösungsfokus ins Gegenteil verkehren
 - Schritt 2: Freie Sammlung von „giftigen“ Ideen
 - Schritt 3: Rückübertragung

Führungsmanagement:

1. Sinnerfüllung im Beruf

- Vier Prinzipien
- Soziomoralische Atmosphäre
- Bedeutung für ArbeitgeberInnen und –nehmerInnen
- Dimensionen und Lebensbedeutungen

2. Persönlichkeitsprofile

- Eigenes Arbeitsverhalten verstehen und entdecken, wie es auf andere wirkt
- Unterschiedliche Arbeitsverhaltensweisen in Teams verstehen
- Zusammenarbeit in Teams gestalten und entwickeln

3.1 Situative Führungsstile

- Entwicklungsstand des Mitarbeiters erkennen und
- adäquaten Führungsstil hierzu gestalten sowie

3.2 Performance Management

- Zielvereinbarung
- Umgang mit Kritik und Anerkennung
- Leistungs-Potential-Portfolio

4. Rekrutierung von Führungskräften und MitarbeiterInnen

- Anforderungsprofile erstellen
- Bewerbungsunterlagen analysieren
- Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Einstellungsinterviews

<p>Empfohlene Literaturliste (Autor, <u>Jahr!!</u>, Titel, Auflage, Verlag, Erscheinungsort)</p>	<p>Projektmanagement: Gesellschaft für Projektmanagement (GPM), RKW: Projektmanagement-Fachmann Project Management Institute (PMI): A guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide) Schelle, Heinz: Projekte zum Erfolg führen Schulz-Wimmer, Heinz: Projekte managen Sterrer, Christian; Winkler, Gernot: Setting Milestones - Projektmanagement Methoden - Prozesse – Hilfsmittel www.projektmagazin.de (kostenpflichtiges Abonnement mit vielen Fachartikeln + Literaturtipps)</p> <p>Projektmanagement - Kreativitätstechniken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rainer M. Holm-Hadulla: <i>Kreativität. Konzept und Lebensstil</i>. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 2005. • Michael Luther & Jutta Gründonner: <i>Königsweg Kreativität. Powertraining für kreatives Denken</i>. Junfermann, Paderborn 2000. • Jens-Uwe Meyer: <i>Das Edison-Prinzip. Der genial einfache Weg zu erfolgreichen Ideen</i>. Campus-Verlag, Frankfurt/New York 2008. • Alex F. Osborn: <i>Applied Imagination. Principles and Procedures of Creative Problem-Solving</i>. Scribner, New York 1953; ebd. 1979. • Paul B. Paulus & Bernard A. Nijstad (Hrsg.): <i>Group Creativity: Innovation Through Collaboration</i>. Oxford University Press, London 2003. • Helmut Schlicksupp: <i>Innovation, Kreativität & Ideenfindung</i>. Vogel, Würzburg 1981. • Nadja Schnetzler: <i>Die Ideenmaschine: Methode statt Geistesblitz - Wie Ideen industriell produziert werden</i>. Wiley-VCH, Weinheim 2006. • Tom H. Lautenbacher: <i>Die Entwicklung von Geschäftsideen - Ein Leitfaden zur systematischen Erzeugung, Bewertung und Auswahl von Ideen für neue Geschäftsfelder im Rahmen des Internal Corporate Venturing</i>. VDM, Saarbrücken 2011. <p>Führungsmanagement: Rosenstiel, L. v., Regnet, E., Domsch, M. (Hrsg.) (9. Auflage) (2009). <i>Führung von Mitarbeitern – Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</i></p> <p>Rosenstiel, L. v. (2001). <i>Motivation im Betrieb – Leonberg: Rosenberger Fachverlag</i></p>
---	---

	<p>Blanchard/Zigarmi (1995). Der Minuten-Manager: Führungsstile – Hamburg: rororo</p> <p>Blanchard, K. (1996). Talent zum Coach hat jeder – Wien: Ueberreuter</p> <p>Seiwerth/Gay (1996). Das 1x1 der Persönlichkeit – Offenbach: Gabal</p> <p>Cube, F. v. (2000), 5. Aufl.. Lust an Leistung – München: Piper</p> <p>Kälin/Müri (2000), 12. Aufl.. Sich und andere führen – Thun: Ott</p> <p>Fuchs, J. (1995). Manager, Menschen und Monarchen – Frankfurt/Main: Campus</p> <p>Hatzelmann/Held (2005). Zeitkompetenz: Die Zeit für sich gewinnen – Weinheim: Beltz</p> <p>Reiss, S. (2009). Wer bin ich und was will ich wirklich? – Redline</p> <p>Höge, T. & Schnell, T: Kein Arbeitsengagement ohne Sinnerfüllung. Eine Studie zum Zusammenhang von Work Engagement, Sinnerfüllung und Tätigkeitsmerkmalen. <i>Wirtschaftspsychologie</i>, 1, 91-99. (2012)</p> <p>Schnell, T., Hoege, Th., & Pollet, E. (2013). Predicting Meaning in Work: Theory, Data, Implications. <i>The Journal of Positive Psychology</i>. DOI: 10.1080/</p> <p>Weber, W. G., Unterrainer, C. & Höge, T. (2008). Socio-moral Atmosphere and Prosocial and Democratic Value Orientations in Enterprises with Different Levels of Anchored Participation. <i>Zeitschrift für Personalforschung</i>, 22 (2), 171-194.</p>
<p>Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge</p>	<p>Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang: Das Modul UX04 Projekt- und Führungsmanagement baut auf den Kompetenzen des Moduls UX01 Ökonomische Grundlagen auf. Kompetenzen aus den Bereichen Projekt und Führungsmanagement sind für das Verständnis von Projektmanagementaufgaben und Führungsprozessen notwendig und finden daher in den Modulen UX05 Unternehmerrecht und UX06 Gründungs- und Innovationsmanagement Verwendung.</p> <p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Das Modul UX04 Projekt- und Führungsmanagement ist in den Studiengängen MBA General Management, MBA Health Care Management sowie im MA Public Management verwendbar. Das Modul kann als Wahlfach in allen</p>

	betriebswirtschaftlichen Studiengängen anerkannt werden.
Lehr- und Lernmethoden (Seminar, Vorlesung, Outdoorübungen, Vorlesungen mit Übungen, Laborübungen, Projekte, Gruppenarbeit, ...)	Seminaristischer Unterricht- und Projektarbeiten Besprechung des theoretischen Stoffes anhand von Praxisfällen und Rollenspielen sowie Projektstudien Erarbeitung der Grundlagen und praxisbezogene Falldarstellung
Art der Prüfung (Studienarbeit, Klausur, Leistungsnachweise)	Studienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	8-fach
Besonderes (z.B. online –Anteile, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

Modulbeschreibung

Titel des Moduls	Unternehmerrecht	
Modul Nr.	UX-05	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Thomas Geiß	
	<p>Prof. Dr. Thomas Geiß</p> <p>Technische Hochschule Deggendorf Edlmairstr. 6 + 8 94469 Deggendorf</p> <p>Tel: 0991 3615-599 Mobil: +49 160 70 94 965</p> <p>Email: thomas.geiss@th-deg.de</p>	
Kursnummer und Namen der Lehrveranstaltungen die in diesem Modul unterrichtet werden	IT-Recht & Arbeitsrecht Steuerrecht für Unternehmer Insolvenzrecht & Sanierung Gewerbliche Schutzrechte	
Namen der Lehrenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen	Arbeitsrecht Johannes Friedrich IT-Recht Dr. Michael Winter, Sebastian Günther Steuerrecht für Unternehmer Ingrid Stockinger, Prof. Dr. Herbert Kittl Insolvenzrecht & Sanierung Berthold Reil Gewerbliche Schutzrechte Dr. Matthias Kurbel	
Semester (1.,2., 3.,...)	2	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Häufigkeit des Moduls	Jährlich	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflicht	
Niveau undergraduate (Bachelor) oder postgraduate (Master)	Postgraduate	
SWS	6	
ECTS (des gesamten Moduls)	8	
Workload	Präsenzzeit:	90
	Selbststudium inkl. virtuelle Lehre:	150
	Gesamt:	240
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch	

Ziele des Gesamtmoduls

Arbeitsrecht:

Die Teilnehmer erwerben das nötige Wissen hinsichtlich der Hauptprobleme für Arbeitgeber - und wie sie zu lösen sind.

IT-Recht:

Die Vorlesung soll die Teilnehmer für die relevanten Problemfelder der Internetnutzung im Unternehmen sensibilisieren und Möglichkeiten zur Verminderung von Haftungsrisiken aufzeigen.

Steuerrecht:

Grundlegende Kenntnisse im Bereich Abgabenordnung sollten erlangt werden (Betriebsprüfung, Steuerstraftaten, Geschäftsführerhaftung, Gewerbesteuer & Umsatzsteuer in der Wiederholung).

Steuerrecht - Bilanzsteuerrecht:

Kenntnis grundlegender Bilanzierungsvorschriften nach HGB.

Das Modul beschäftigt sich mit den Grundlagen im Bereich der Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer, Überschuldung / Insolvenz, Fortführungsprognose. Kapitalgesellschaften: Offenlegung

Insolvenzrecht & Sanierung:

Die Teilnehmer sollen den grundsätzlichen Ablauf eines Insolvenzverfahrens kennenlernen. Sie sollen dabei die fundamentalen rechtlichen Risiken in den unterschiedlichen Unternehmensbereichen verifizieren. Zugleich werden die möglichen Auswirkungen von Fehlern in diesem Bereich auf das Unternehmen und organisatorische Maßnahmen zur Gegensteuerung und Prophylaxe aufgezeigt. Das „Führungspersonal“ wird dabei nicht zum Juristen mit Einzelfallwissen ausgebildet, sondern primär sensibilisiert und in die Lage versetzt, die Mitarbeiter entsprechend zu instruieren und organisieren. Darüber hinaus sollen Entscheidungsträger frühzeitig erkennen, ob die aktuelle juristische Problemstellung noch innerbetrieblich zu handeln ist, oder ob Juristen bei zuziehen sind, nach welchen Aspekten diese auszuwählen sind und wie man deren Tätigkeit zu „kontrollieren“ vermag.

Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Arbeitsrecht :

- Ober sticht Unter - Kurze Einführung ins Arbeitsrecht
- Erster Schritt - Bewerbungssituation
- Zweiter Schritt - Arten von Arbeitsverträgen
- Dritter Schritt - Hungerlöhne und mehr
- Vierter Schritt - Ohne Arbeit kein Lohn (oder doch?)
- Fünfter Schritt - Hire and Fire? (Beendigung von Arbeitsverhältnissen in Deutschland)
- Sechster Schritt - Wenn der Betriebsrat zweimal klingelt (Mitbestimmung im Betrieb)
- Nachschlag - Böse Fußangeln (Betriebsübergang und mehr)

IT-Recht:

- Verfassungsrechtliche Aspekte der Internetkommunikation
- Medien- und markenrechtliche Abmahnungen
- Urheberrechtsverletzungen
- User generated content und Haftung
- Onlineauktionshäuser
- Vertragsschluss im Internet
- IT-Nutzung am Arbeitsplatz

Steuerrecht:

- Ablauf des Steuerverfahrens
- Rechtsbehelfsmöglichkeiten
- Verjährungsfristen im Steuerrecht
- Korrekturvorschriften
- Außenprüfungen
- Haftung im Steuerrecht
- Steuerhinterziehung
- Steuerstrafrecht und Steuerordnungswidrigkeiten
- Geschäftsführerhaftung

Steuerrecht - Bilanzsteuerrecht:

Im Einzelnen setzt sich dieses Modul mit folgenden Themen auseinander:

- Bilanzierung des Anlagevermögens
- Bilanzierung des Umlaufvermögens
- Darstellung des Eigenkapitals
- Ansatz und Bewertung von Rückstellungen
- Bewertung von Verbindlichkeiten
- Umfang und Vorgehensweise bei der Betriebsprüfung
- § 7g EStG – Investitionsabzugsbetrag

Insolvenzrecht & Sanierung:

- Prophylaktisches Krisenmanagement im eigenen Unternehmen und beim Vertragspartner
- Risiko- und Krisenerkennung im eigenen Unternehmen und beim Vertragspartner
- Forderungsmanagement
- Unternehmer (GF-) Compliance und neues GmbH-Recht
- Die Bank als Vertragspartner / Kreditsicherheiten
- Idealer Ablauf einer Unternehmenssanierung
- Insolvenzen und Ursachenanalyse
- Der Ablauf eines Insolvenzverfahrens
- Die „3 Menues“ einer Insolvenz

<p>Empfohlene Literaturliste (Autor, <u>Jahr!!</u>, Titel, Auflage, Verlag, Erscheinungsort)</p>	<p>Arbeitsrecht: Arbeitsgesetze, dtv, neueste Auflage</p> <p>IT-Recht: Barton, Dirk-Michael, Multimediarecht, Stuttgart, 2010</p> <p>Härting, Niko, Internetrecht, 4. Aufl., Köln 2010</p> <p>Heckmann, Dirk (Hrsg.), juris Praxiskommentar Internetrecht, 3. Aufl., Saarbrücken 2011</p> <p>Hilgendorf, Eric, Computer- und Internetstrafrecht, 2. Aufl., Berlin 2012</p> <p>Hoeren, Thomas, Internet- und Kommunikationsrecht, 2. Aufl., Köln 2012</p> <p>Redeker, Helmut, IT-Recht, 5. Aufl., München 2012</p> <p>Weitnauer, Wolfgang (Hrsg.), Beck'sches Formularbuch IT-Recht, 3. Aufl., München 2012</p> <p>Steuerrecht: HGB, Beck-Texte im dtv, aktuelle Auflage Aktuelle Steuertexte, Beck'sche Textausgaben</p> <p>Steuerrecht - Bilanzsteuerrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handelsgesetzbuch, 53. Auflage 2012 • MEYER Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, 23. Auflage 2012 <p>Insolvenzrecht & Sanierung: - Insolvenzordnung, München 2002 (7. Auflage).</p> <p>- Graf-Schlicker (Hg.), Kommentar zur Insolvenzordnung, Köln 2007</p>
<p>Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge</p>	<p>Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang: Das Modul baut auf das Modul UX01 Ökonomische</p>

	<p>Grundlagen auf. Rechtliche Grundlagen sind Basis aller Managemententscheidungen. Die erworbenen Kompetenzen bauen teilweise auf die Teilmodule Wirtschaftsrecht und Steuern auf.</p> <p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:</p> <p>Das Modul kann als Wahlfach in allen betriebswirtschaftlichen Studiengängen anerkannt werden.</p> <p>Das Modul UX05 ist in den Studiengang MBA General Management verwendbar.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden (Seminar, Vorlesung, Outdoorübungen, Vorlesungen mit Übungen, Laborübungen, Projekte, Gruppenarbeit, ...)</p>	<p>Unterrichtsmaterialien wie Patent- und Markenschriften, Online Recherchen und Unterrichtsgesprächen mit systematischer Darstellung von Fallbeispielen.</p>
<p>Art der Prüfung (Studienarbeit, Klausur, Leistungsnachweise)</p>	<p>Studienarbeit</p>
<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p>	<p>8-fach</p>
<p>Besonderes (z.B. online –Anteile, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	

Modulbeschreibung

Titel des Moduls	Gründungs- & Innovationsmanagement	
Modul Nr.	UX-06	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Thomas Geiß	
	<p>Prof. Dr. Thomas Geiß</p> <p>Technische Hochschule Deggendorf Edlmairstr. 6 + 8 94469 Deggendorf</p> <p>Tel: 0991 3615-599 Mobil: +49 160 70 94 965</p> <p>Email: thomas.geiss@th-deg.de</p>	
Kursnummer und Namen der Lehrveranstaltungen die in diesem Modul unterrichtet werden	Gründungsmanagement & Entrepreneurship Innovations- & Technologiemanagement Businessplan & Business Modell Business Simulation	
Namen der Lehrenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen	Gründungsmanagement & Entrepreneurship Dr. Bernd Fischl Innovations- & Technologiemanagement Dr. Michael Schedlbauer Businessplan & Business Modell Prof. Dr. Thomas Geiß Business Simulation Prof. Dr. Thomas Geiß	
Semester (1.,2., 3.,...)	2	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Häufigkeit des Moduls	Jährlich	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflicht	
Niveau undergraduate (Bachelor) oder postgraduate (Master)	Postgraduate	
SWS	4	
ECTS (des gesamten Moduls)	6	
Workload	Präsenzzeit:	60
	Selbststudium inkl. virtuelle Lehre:	120
	Gesamt:	180
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch	

Ziele des Gesamtmoduls

Gründungsmanagement & Entrepreneurship:

Ziel der Veranstaltung ist das Kennenlernen, Verstehen, Diskutieren und Lösen von Problemen bei Gründungs- und Wachstumsstrategien sowie eine Einführung in die Gründungsforschung.

Dies umfasst Motivation; Begriffe, Formen und Wesen der Unternehmensgründung sowie das Umfeld der Gründung in Deutschland und den Gründungsprozess.

Die interdisziplinäre Lehrveranstaltung „Gründungsmanagement“ gibt einen Überblick über Entscheidungs- und Gestaltungsspielräume bei Unternehmensgründungen und besteht aus den beiden Elementen:

1. Gründungsmanagement-Lehrmodule

Fragestellungen und Anwendungen zu Ideenfindung, Opportunity Evaluation, Standortwahl, Geschäftsmodellentwicklung, Gründungsfinanzierung, öffentliche Fördermöglichkeiten, Marktforschung und Marketing, Finanzplanung, alternative Finanzierungsformen, Bilanzkennzahlen, Management- und Entscheidungstechniken, Gründungsformalitäten, Gründungsförderungsinfrastruktur, Rechtsformwahl, Gründerhaftung, Unternehmensfinanzierung und Stärken-/Schwächen-Analyse,

2. Case studies zu Gründungsmanagement

Anhand von living cases -Fallstudien werden typische Situationen und Probleme von Unternehmen in der Gründungs- und Wachstumsphase bearbeitet und analysiert.

Präsentationen von tatsächlichen Unternehmensgründern oder Unternehmensnachfolgern aus dem Teilnehmerkreis runden die Lehrveranstaltung ab.

Innovations- & Technologiemanagement:

Wissen alleine reicht nicht aus, um erfolgreich und innovativ sein zu können. Neben kommunikativen und sozialen Fähigkeiten zählen Zusatzqualifikationen wie beispielsweise Grundkenntnisse im Projektmanagement aber auch die Fähigkeit zu erkennen, wie auf der Basis des vorhandenen Wissens geeignete Ideen generiert und in marktfähige Produkte, Verfahren und Dienstleistungen weiter entwickelt werden können. Wie werden aus Ideen Konzepte und Entwicklungsvorhaben und welche technischen und wirtschaftlichen Kriterien helfen bei der Entscheidung über eine Investition in die Entwicklung neuer Produkte und Verfahren?

- Generierung von Kundenvorteilen
- Gestaltung von Innovationsprozessen
- Gewinnung von Partnern für den Innovationsprozess
- Kennenlernen von Werkzeugen des Innovations- und Technologiemanagements

Businessplan & Business Modell:

Viele neuere Veröffentlichungen beschäftigen sich mit dem Thema des Geschäftsmodells. In diesem Kursteil wird auf ausgewählte begriffliche Definitionen, Funktion bzw. Komponenten sowie einzelne interessante Aspekte aus dem Bereich der Geschäftsmodellentwicklung eingegangen. Grundlage dieses Kurses ist die Fragestellung, wie ein funktionierendes Geschäftsmodell aufgebaut werden kann. Dafür werden zahlreiche Arten von Geschäftsmodellen, dargestellt am einzelnen Fallbeispiel, analysiert und auf Umsetzbarkeit überprüft.

Aufbauend dazu verfolgt der Kurs das Ziel, die Teilnehmer zu befähigen, selbstständig einen Businessplan zu erstellen sowie als Empfänger eines solchen Geschäftsplanes diesen kritisch zu hinterfragen und zu bewerten.

Business Simulation:

A business simulation builds a bridge between business theory and practice. The game creates a realistic model of a start-up and therefore offers the player

- fast,
- risk-free,
- practical experience
- with lasting effect.

Simulation cannot recreate reality in its entire complexity. For didactic reasons, simplifications are necessary to ensure that the eye for the essential is not blinded by a game which is too complex and counter-productive to effective learning.

The main goal of this course is to train to think and act strategically like entrepreneurs. The participants learn a variety of management tools, the key parameters of running a business and the application of these measures. (e.g., liquidity, profitability, return on equity).

By taking part in a computer-based business simulation, participants are expected:

- to recognize and to deal with problems and important success factors for start-ups,
- to find a way through the information jungle facing an entrepreneur, and to extract the necessary information for the current decision,
- to create a business plan, to recognize the crucial elements and to become sensitised to the points and criteria important for a "real" investor,
- to learn to see clearly the consequences of decisions that have been made,
- to formulate and to implement management goals,
- to improve strategic thinking, to link strategies to goals and to use them when making decisions,
- to improve teamwork and organization.

A prior goal is to discover the motivation and satisfaction that comes from competition and teamwork and the use of the English language.

Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Gründungsmanagement & Entrepreneurship:

- Gründungsrelevante Kompetenzen
- Ideenfindung und Evaluation von Geschäftsideen
- Unternehmensbewertung, Finanzplanung, Szenarienbildung und Sensitivitätsanalyse
- Investitionsplanung und Anlagespiegel
- Personalplanung

Innovations- & Technologiemanagement:

- Was ist Innovation?
- Strategische Innovationsplanung
- Kundenvorteile durch Innovation
- Kreativprozesse und systematische Ideenfindung
- Ideenbewertung und –auswahl
- Machbarkeitsprüfung
- Entwicklungsplanung und Partnerwahl
- Geschäftsmodelle zur Umsetzung
- Sicherung zur Stärkung der Wettbewerbsvorteile

Businessplan & Business Modell:

Aus der Vielzahl der Veröffentlichungen zum Thema Geschäftsmodell werden exemplarisch die Geschäftsmodellbetrachtung nach Osterwalder/ Pigneur, die Überlegungen zur Geschäftsmodellinnovation nach Gassmann et al., sowie Betrachtungen zum Geschäftsmodell-Design durch Wirtz dargestellt.

Ein Geschäftsplan dient der Beschreibung eines definierbaren und abgrenzbaren unternehmerischen Vorhabens, unter Angabe des aktuellen Standes, mit den benötigten Ressourcen sowie den dazugehörigen Umweltbeziehungen für unternehmensinterne (Plan-/Soll-/Ist-Vergleich) sowie –externe Zwecke. Die Adressaten eines Geschäftsplans können Vorgesetzte, Kunden, Lieferanten und vor allem Kapitalgeber sein.

Inhalte eines Businessplanes:

- Executive Summary
- Produkt oder Dienstleistung
- Gründerteam
- Marketing und Vertrieb
- Markt und Wettbewerb
- Geschäftssystem und Organisation
- Realisierungsfahrplan
- Personalplanung
- Investitionsplanung
- Chancen und Risiken, Szenarien
- Finanzplanung

Business Simulation:

- Methods for researching and obtaining information
- Developing and implementing a business strategy
- Structuring a business plan according to goals
- Discussion and implementation of business functions
- 6 rounds of 2-4 person team competitions
- Evaluation of each team's business decisions after each round of simulation
- Unpredictable market and environmental events
- Comparison of team results using industry standard business evaluation measures

<p>Empfohlene Literaturliste (Autor, <u>Jahr!</u>, Titel, Auflage, Verlag, Erscheinungsort)</p>	<p>Gründungsmanagement & Entrepreneurship: Bernd Fischl / Stefan Wagner: "Der perfekte Businessplan", 2010 - Verlag Franz Vahlen GmbH</p> <p>Innovations- & Technologiemanagement: H. Barske; "Charakteristika erfolgreich innovativer Unternehmen"; Digitale Fachbibliothek Innovationsmanagement; Symposium Publishing GmbH; 2007 C. Bayerl; „30 Minuten für Kreativitätstechniken“; GABAL Verlag GmbH; 3. Auflage 2007; Offenbach G. Bayer; G.R. Berrit; „Diagnose der Innovationbedingungen im Unternehmen; Digitale Fachbibliothek Innovationsmanagement“; Symposium Publishing GmbH; 2007 A. Blumenschein; I.U. Ehlers; „Ideen managen“; Rosenberger Fachverlag; Leonberg; 2007 BPW Nordbayern GmbH „Schritt für Schritt... wachsen - finanzieren - gründen - planen“; Teilnehmerhandbuch 2002; 4. überarbeitete Auflage; R. Brotsack „Beispiele aus verschiedenen Innovationsvorhaben“ A. Förster; P. Kreuz; „Different Thinking“; Redline Wirtschaft; Frankfurt 2005 R. Gleich; U. Handermann; M. Schaffu; „Innovationskulutr: Basis für nachhaltige Innovationsleistung“; Digitale Fachbibliothek Innovationsmanagement“; Symposium Publishing GmbH; 2007 Joachim Henkel: TUM; Vortrag beim Cluster Chemie, 12.02.2008 R. Herb; T. Herb; V. Kohnhauser; „TRIZ“; mi Verlag Moderne Industrie; Landsberg a. Lech; 2000 Rolf A. Herb: Roche Diagnostics GmbH; verschiedene Vorträge P. Herzog; B. Niedergassel; „Offen für Ideen von außen“; Nachrichten aus der Chemie; Mai 2007; Georg Herzwurm: Universität Stuttgart; Präsentation 30-11-2006 Eric v. Hippel / S. Thomke / M. Sonnack: HBR (Harvard Business Review), September-October 1999 Eric v. Hippel: Democratizin innovation; The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London; 2005 Angelika Mittelmann; www.artm-friends.at E. Müller; „Das Patentsystem: Nutzen und Herausforderungen für Unternehmen; Vorlesung am 16. März 2011; Frankfurt School of Management R. Pink; "Denken - kreativ, professionell und systematisch"; Cornelson Verlag Scriptor GmbH & Co. KG, Berlin; 1. Auflage 2009 N. Schnetzler; "Die Ideenmaschine"; Wiley-VCH Verlag; Weinheim 2006 H. Schubert; „Patente für Fraunhofer“; Vortrag am</p>
--	---

15. Juli 2009; Fraunhofer Gesellschaft; München
T. Sommerlatte; **“Innovationsmanagement”**;
 „Digitale Fachbibliothek Innovationsmanagement“;
 Symposium Publishing GmbH; 2007
T. Sommerlatte; “Die sechs Teilprozesse der
 Kundennutzen_Optimierung“; Digitale Fachbibliothek
 Innovationsmanagement“; Symposium Publishing
 GmbH; 2007
H. Teufelsdorfer; A. Conrad;
 “Kreatives Entwickeln und innovatives Problemlösen
 mit TRIZ/TIPS; Siemens AG; Berlin; 1998
K.H. Wahren; „Erfolgsfaktor Innovation. Ideen
 systematisch generieren, bewerten und umsetzen“;
 Springer Verlag; Berlin Heidelberg New York; 2004
ZUMTOBEL Staff; SCBA-Seminar
 Innovationsmanagement „Vom Reagieren zum
 Agieren“, Zürich; 09.07.2003

Businessplan & Business Modell:

Heinz Klandt, Gründungsmanagement: Der
 Integrierte Unternehmensplan: Business Plan als
 zentrales Instrument für die Gründungsplanung,
 München, 2006

Lambert T. Koch/ Zacharias, Christoph:
 Gründungsmanagement: mit Aufgaben und
 Lösungen, München, 2001 **Peter Russo / Ronald
 Gleich /Falk Strascheg**: Von der Idee zum Markt:
 Wie Sie unternehmerische Chancen erkennen und
 erfolgreich umsetzen, München 2008 **Schefczyk,
 Michael/Panotsch, Frank** (2003)

Betriebswirtschaftslehre junger Unternehmen,
 Stuttgart Volkmann, Christine K./Tokarski, Kim
 Oliver (2006) Entrepreneurship. Gründung und
 Wachstum von jungen Unternehmen, Stuttgart

Rusnjak, Andreas (2014): Entrepreneurial
 Business Modeling. Definitionen - Vorgehensmodell -
 Framework - Werkzeuge - Perspektiven. Wiesbaden:
 Imprint: Springer Gabler (SpringerLink : Bücher).

Schallmo, Daniel (2014): Kompendium
 Geschäftsmodell-Innovation. Grundlagen, aktuelle
 Ansätze und Fallbeispiele zur erfolgreichen
 Geschäftsmodell-Innovation. Wiesbaden: Springer
 Gabler.

Wirtz, Bernd W. (2010): Business model
 management. Design - Instrumente -
 Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen. 1. Aufl.
 Wiesbaden: Gabler.

	<p>Business Simulation: Timmons, J. A. (2003). New venture creation: entrepreneurship for the 21st century. Boston, Irwin McGraw-Hill. Sahlman, W. A., H. H. Stevenson, et al., Eds. (1999). The Entrepreneurial Venture. The Practice of Management Series. Boston, MA, Harvard Business School Press. Entrepreneurial Economics: Glancey, Keith S./McQuaid, Ronald W.: Macmillan, Basingstoke et al. 2000. Entrepreneurship: Hisrich, Robert D./Peters, Michael P.: Irwin/McGraw-Hill Publishing, Boston, Mass., 4.Aufl. 1998. Entrepreneurship: Strategies and Resources: Dollinger, Marc J.: Prentice Hall, Upper Saddle River, N.J., 2. Aufl. 1999.</p>
Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	<p>Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang: Das Modul UX06 Gründungs- und Innovationsmanagement baut auf den Kompetenzen der Module des 1. und 2. Semesters UX01 Ökonomische Grundlagen bis UX05 Unternehmerrecht auf.</p> <p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Das Modul ist in dem Studiengang MBA General Management teilweise verwendbar. Das Modul kann als Wahlfach in allen betriebswirtschaftlichen Studiengängen anerkannt werden.</p>
Lehr- und Lernmethoden (Seminar, Vorlesung, Outdoorübungen, Vorlesungen mit Übungen, Laborübungen, Projekte, Gruppenarbeit, ...)	<p>Seminaristischer Unterricht- und Projektarbeiten Besprechung des theoretischen Stoffes anhand von Praxisfällen und Rollenspielen sowie Projektstudien</p> <p>Erarbeitung der Grundlagen und praxisbezogene Falldarstellung</p>
Art der Prüfung (Studienarbeit, Klausur, Leistungsnachweise)	Studienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6-fach
Besonderes (z.B. online –Anteile, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

Modulbeschreibung

Titel des Moduls	Entrepreneurship	
Modul Nr.	UX-07	
Modulverantwortlicher	Prof. Peter Schmieder	
	Prof. Peter Schmieder Technische Hochschule Deggendorf Edlmairstrasse 6+8 94469 Deggendorf Tel.: 0991-3615-381 Email: peter.schmieder@th-deg.de	
Kursnummer und Namen der Lehrveranstaltungen die in diesem Modul unterrichtet werden	Silicon Valley Program Entrepreneurship	
Namen der Lehrenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen	Silicon Valley Program SCU in Residence Deggendorf / Webinars Entrepreneurship Prof. Peter Schmieder	
Semester (1.,2., 3.,...)	3	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Häufigkeit des Moduls	Jährlich	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflicht	
Niveau undergraduate (Bachelor) oder postgraduate (Master)	Postgraduate	
SWS	4	
ECTS (des gesamten Moduls)	7	
Workload	Präsenzzeit:	60
	Selbststudium inkl. virtuelle Lehre:	150
	Gesamt:	210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch	

Ziele des Gesamtmoduls

Silicon Valley Program:

Dieses Teilmodul wird im Ausland erbracht.

The SVP-Program gives the Students the unique experience of working with hot tech companies in Silicon Valley. This Program uses a Venture Development Methodology to teach Entrepreneurship and early stage venture formation. This workshop will focus on launching commercial ventures as opposed to Non-Profits, or Social Enterprises. The aim is, that through this experience, the SVP Module will bring a little of the Silicon Valley attitude back to the entrepreneurial community back home. Successful applicants are matched with a high growth tech company and work as an integral part of their teams. In Silicon Valley, companies are agile and move quickly. By pitch they own ideas, the Students may even get to be a part of a real Silicon Valley success story.

Entrepreneurship:

Entrepreneurial thinking and acting based on new combinations of factors, innovation and establishment of a business explanation of concepts. Entrepreneurship and New Venture Creation deals with scanning the business environment and generating business ideas from the information gathered, analyzing the attractiveness of an industry for new venture creation and entry and conducting a review and audit of a new venture's strategy. Students will learn to apply the benefits of business planning to achieve entrepreneurial success and realize the limits of planning in an uncertain and dynamic environment. Students also learn to create and develop new business models for a new enterprise, design, develop and craft strategies for its success.

Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Silicon Valley Program:

Im Gegensatz zum sehr finanzierungsgeprägten deutschen Ansatz der Unternehmensgründung, stellen innovative US-amerikanische Unternehmen vor allem die schnelle Entwicklung einer unverwechselbaren Marke auf Basis einer innovativen Idee in den Vordergrund. Die Santa Clara University fühlt sich im Bereich Entrepreneurship der Gründungskultur im Silicon Valley verpflichtet. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, Konzepte der US-amerikanischen Gründungskultur auf das Eigene Gründungsbestreben anzuwenden.

Zu Beginn des Kurses werden theoretische Inhalte nach Methoden im Silicon Valley vermittelt. (Frontalunterricht); anschließend soll das erworbene Wissen im Team durch Generierung eigener Geschäftsideen und Geschäftsmodelle in die Praxis in Form eines Businesskonzepts umgesetzt werden (selbstreguliertes Lernen). Bei der Ideengenerierung werden den Teilnehmenden keine Grenzen gesetzt. Die Teilnehmenden können sowohl technologieorientierte Geschäftsideen entwickeln als auch Geschäftsideen im Dienstleistungsbereich und im Bereich der Social Entrepreneurship. Diese Geschäftsideen werden in Workshops weiter vertieft und Präsentiert.

Entrepreneurship- Inhalte:

- Innovation and Entrepreneurship
- Analyzing Customers and Markets
- Small Business Entrepreneurship
- Innovative Approaches to Marketing Research
- New Product Innovation
- Branding in the Digital Age

Workshop I:

Venture Alternatives Assessment

Selecting a Problem: What Makes It An Opportunity?

Discovery-Driven Planning—Lean Startup Methodology

Applying the Napkin Test

Complete the Assessment

.....

Workshop II:

View and Discuss Steve Blank Video on Validation

Develop your Market Research and Customer Development Plan

...

Elevator Pitch

- This is the 30-60 second business description of what you do and why someone should work with you. It's called an "Elevator Pitch" because it describes the challenge: "How would you explain your business and make a sale if fate placed you in an elevator with your dream prospect and you only had the time it takes to get from the top of the building to the bottom?"

Webinar 1

First Pass Investor Pitch and Feedback

Focus on Market Segmentation, Financial Viability and UAP

Webinar 2

Second Pass Investor Pitch and Feedback

Focus on Competitive Analysis, Go To Market,

Cash Flow Statement Remaining

Untested Assumptions.

<p>(Autor, <u>Jahr!</u>, Titel, Auflage, Verlag, Erscheinungsort)</p>	<p>Drucker, Peter, <i>The Discipline of Innovation</i>, HBR <i>Discovery-Driven Planning</i>, HBR, 1995, McGrath and MacMillan. <i>Why the Lean Startup Changes Everything</i>, HBR, May 2013, Steve Blank. Bieger, Thomas; Knyphausen-Aufseß, Dodo zu; Krys, Christian (2011): Innovative Geschäftsmodelle. Berlin: Springer Berlin (Academic network). Burns, Alvin C.; Bush, Ronald F. (2003): Marketing research. Online research applications. 4th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall. Gassmann, Oliver; Frankenberger, Karolin; Csik, Michaela (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Generator. München: Hanser. Hair, Joseph F.; Bush, Robert P.; Ortinau, David J. (2009): Marketing research. In a digital information environment. 4th ed. Boston: McGraw-Hill Irwin Kim, W. Chan; Mauborgne, Renée (2005): Blue Ocean Strategy. How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Boston, Mass: Harvard Business Review Press Legacy. Kuß, Alfred; Wildner, Raimund; Kreis, Henning (2014): Marktforschung. Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse. 5., vollst. überarb. u. erw. Aufl. 2014. Wiesbaden: Gabler (SpringerLink : Bücher). Osterwalder, Alexander (2004): The Business Model Ontology. A Proposition in a Design Science Approach. Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2011): Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Campus Verl (Business). Ottersbach, Jörg H. (2007): Der Businessplan. Praxisbeispiele für Unternehmensgründer und Unternehmer. Orig.-Ausg. München: Dt. Taschenbuch-Verl. (Dtv, 50875 : Beck-Wirtschaftsberater). Porter, M. E. (1980): Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York. Rusnjak, Andreas (2014): Entrepreneurial Business Modeling. Definitionen - Vorgehensmodell - Framework - Werkzeuge - Perspektiven. Wiesbaden: Imprint: Springer Gabler (SpringerLink : Bücher). Winkelmann, Peter (2010): Marketing und Vertrieb, 7. Auflage, München Iso-Berg, Mikael, (2015): Entrepreneur's Identity in Personal Branding – A Study on Building the Brand ISSN: 1799-4942, Aalto University publication</p>
<p>Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge</p>	<p>Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang: Das Modul UX07 Entrepreneurship baut auf den</p>

	<p>Kompetenzen der Module des 1. und 2. Semesters UX01 Ökonomische Grundlagen bis UX06 Gründungs- und Innovationsmanagement auf.</p> <p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Das Modul ist in dem Studiengang MBA General Management verwendbar.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden (Seminar, Vorlesung, Outdoorübungen, Vorlesungen mit Übungen, Laborübungen, Projekte, Gruppenarbeit, ...)</p>	<p>Seminar-style tuition with group exercises Presentation of contents by students The course is based on seminar-style tuition and selected exercises.</p> <p>Elevator Pitch: Develop for your venture & be prepared to present it</p>
<p>Art der Prüfung (Studienarbeit, Klausur, Leistungsnachweise)</p>	<p>Studienarbeit</p>
<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p>	<p>7-fach</p>
<p>Besonderes (z.B. online –Anteile, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Der Modulteil Entrepreneurship wird in den USA an der Santa Clara University abgehalten.</p> <p>Pre-Work: Web Based Exercises</p> <p>Introduction to Business Model Canvas Introduction to the Lean Startup Methodology Introduction to the Customer Development Process</p>

Modulbeschreibung

Titel des Moduls	Unternehmenskommunikation	
Modul Nr.	UX-08	
Modulverantwortlicher	Prof. Peter Schmieder	
	Prof. Peter Schmieder Technische Hochschule Deggendorf Edlmairstr. 6 + 8 94469 Deggendorf Tel: 0991 3615 381 Email: peter.schmieder@th-deg.de	
Kursnummer und Namen der Lehrveranstaltungen die in diesem Modul unterrichtet werden	Rhetorik & Präsentationstechniken Verhandlungstechniken Management-Informationssysteme	
Namen der Lehrenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen	Rhetorik & Präsentationstechniken Prof. Dr. Thomas Geiß, Prof. Peter Schmieder Verhandlungstechniken Prof. Peter Schmieder Management-Informationssysteme Prof. Dr. Georg Herde	
Semester (1.,2., 3.,...)	3	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Häufigkeit des Moduls	Jährlich	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflicht	
Niveau undergraduate (Bachelor) oder postgraduate (Master)	Postgraduate	
SWS	3	
ECTS (des gesamten Moduls)	5	
Workload	Präsenzzeit:	45
	Selbststudium inkl. virtuelle Lehre:	105
	Gesamt:	150
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch	

Ziele des Gesamtmoduls

Rhetorik & Präsentationstechniken:

Sicheres, souveränes Auftreten, überzeugend argumentieren, professionell präsentieren, Aufmerksamkeit des/r Zuhörer/s gewinnen und halten, Konzept für wirkungsvolle Reden kennen lernen.

Verhandlungstechniken:

Basierend auf den grundlegenden Kenntnissen über den Ablauf eines Insolvenzverfahrens sollen die Teilnehmer vor allem die Möglichkeiten einer Sanierung durch ein Insolvenzverfahren sowohl von Gläubiger- als auch von Schuldnerseite kennenlernen. Dies wird durch aktuellste Fallbeispiele erarbeitet und unterstrichen.

Innerhalb dieser Fallbeispiele ist ein integratives Element das Erlernen und Anwenden effektiver Verhandlungstaktiken und -techniken.

Management-Informationssysteme:

Das Modul vermittelt Kenntnisse wie Unternehmensdaten zunehmend eine entscheidende Rolle spielen in der Lenkung, Führung und Kontrolle von Managemententscheidungen. Die zunehmende Menge der verfügbaren Daten werfen Fragen der Datenqualität auf aber auch der Auswertbarkeit von Massendaten und den Möglichkeiten der Informationsgewinnung auch und gerade außerhalb der angebotenen Funktionsstrukturen vorhandener Informationssysteme.

Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Rhetorik & Präsentationstechniken:

Kommunikation: verbal - nonverbal, vocal

Der lebhafteste Sprechstil - Wirksprache, Nutzen- und zuhörerorientiert argumentieren, Aufbau und Struktur, Infotainment, Optimales Redemanuskript, Visualisierungsregeln.

Verhandlungstechniken:

- Vor- und Nachteile einer Sanierung durch Insolvenz
- Sanierungsmöglichkeiten – Chancen und Risiken
- Aufbau eines Insolvenzplanes
- Das Total Insolvency Management (TIM)
- Anforderungen an ein Sanierungskonzept
- Fallgruppen und Beispiele
- Verhandlungstaktik
- Insolvenzplanverfahren

Management-Informationssysteme:

In der Veranstaltung erhalten die Studenten die Fähigkeiten anhand von Beispielen und Szenarien die Bedeutung der Unternehmensdaten zu bewerten, Verfahren zur Extraktion dieser Daten aus bestehenden Systemen zu verstehen und die damit verbundenen Problembereiche einzuschätzen.

Das Phänomen der Massendaten und deren Implikation auf Entscheidungsprozesse wird erarbeitet und Chancen und Risiken neuer Methoden der Datenauswertung und Datenanalyse werden diskutiert.

<p>Empfohlene Literaturliste (Autor, <u>Jahr!</u>, Titel, Auflage, Verlag, Erscheinungsort)</p>	<p>Rhetorik & Präsentationstechniken: Braun, Die Macht der Rhetorik, Ueberreuther, 2001 Hermann, Reden wie ein Profi, Goldmann 1991 Hierhold E., Sicher präsentieren - wirksam vortragen, 2005 Molcho S., Körpersprache im Beruf, Goldmann, 1997 Rossié, Frei Sprechen, Econ, 2006 Schaller B., Die Macht der Sprache, Langen 1998 Thiele A., Argumentieren unter Stress, FAZ-Institut, 2004 Steiger, Zuhören-Fragen-Argumentieren, Huber 2008 Garr Reynolds, presentationZen</p> <p>Verhandlungstechniken: - Buth / Hermanns: Restrukturierung, Sanierung, Insolvenz (in Bibliothek vorhanden) - Smid, Rattunde, Der Insolvenzplan, Stuttgart 2005 (2. Auflage).</p> <p>Management-Informationssysteme:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kagermann, H./Kinney, W./Kütting, K./Weber, C.: „Internal Audit Handbook – Management with the SAP® Audit Roadmap“, Springer Verlag, 2008 • Reding, K./Sobel, P. at. al.: “Internal Auditing: Assurance & Consulting Services, The Institute of Internal Auditors, 2007 • Knapp, E.: “Interne Revision und Corporate Governance“, Erich Schmidt Verlag, 2. Aufl. 2009 • Coenen, T.: „Essentials of Corporate Fraud“, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey 2008 • Coderre, D.: “CAATTs & other BEASTs for Auditors“, 2nd Edition, Global Audit Publications, Vancouver, Canada 2001 • Kühling, J./ Seidel, Ch./ Sivridis, A.: „Datenschutzrecht“, UTB, Frankfurt 2008 • Herde, G.: Extraktion und Analyse betrieblicher Massendaten zur Prüfungsunterstützung, in: G. Fuchs; F. Herrmann, C. Müller; K.-W. Wirtz [Hrsg.]: Anwendungen und Techniken zur Analyse großer Datenbestände, Tagungsband zur AKWI-Fachtagung, Verlag News & Media, Berlin 2008, S. 50 –61 • Boenner, A.; Herde, G.: Digitale Prüfungsunterstützung: STandard Audit ANalysis (STAAN), in: DIIR – Deutsches Institut für interne Revision e.V. [Hrsg.]:
--	--

	<p>Interne Revision aktuell Berufsstand 07/08: Prüfungsansätze und -methoden, Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin 2008, S. 349 – 366</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tagungsbände 1-7 des DFDDA e.V. [Hrsg.]: des Deggendorfer Forums zur digitalen Datenanalyse von 2005-2012
Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	<p>Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang: Das Modul UX08 baut auf den Kompetenzen der Modul UX01 Ökonomische Grundlagen bis UX07 Entrepreneurship auf. Kompetenzen aus den einzelnen Bereichen der Teilmodule sind für das Verständnis der Unternehmensführung von Unternehmen notwendig und finden daher in den nachfolgenden Modulen Verwendung.</p> <p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Das Modul kann als Wahlfach in allen betriebswirtschaftlichen Studiengängen anerkannt werden. Das Modul UX08 Unternehmenskommunikation findet keine weitere Verwendung für andere Studiengänge.</p>
Lehr- und Lernmethoden (Seminar, Vorlesung, Outdoorübungen, Vorlesungen mit Übungen, Laborübungen, Projekte, Gruppenarbeit, ...)	<p>Seminaristischer Unterricht- und Projektarbeiten Besprechung des theoretischen Stoffes anhand von Praxisfällen und Rollenspielen sowie Projektstudien</p> <p>Erarbeitung der Grundlagen und praxisbezogene Falldarstellung</p>
Art der Prüfung (Studienarbeit, Klausur, Leistungsnachweise)	Studienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5-fach
Besonderes (z.B. online –Anteile, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

Modulbeschreibung

Titel des Moduls	Unternehmensnachfolge	
Modul Nr.	UX-09	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz	
	<p>Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz</p> <p>Friedensstraße 15 76275 Ettlingen Tel: 0177/8198319</p> <p>Email: mail@armin-pfannenschwarz.de</p>	
Kursnummer und Namen der Lehrveranstaltungen die in diesem Modul unterrichtet werden	Prozesse & Varianten der UNF Recht & Steuern der UNF Familienunternehmen & Nachhaltigkeit	
Namen der Lehrenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen	Prozesse & Varianten der UNF Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz, Dr. Wolfram Schneeweiß Recht & Steuern der UNF: Dr. Wolfram Schneeweiß Familienunternehmen & Nachhaltigkeit Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz	
Semester (1.,2., 3.,...)	3	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Häufigkeit des Moduls	Jährlich	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflicht	
Niveau undergraduate (Bachelor) oder postgraduate (Master)	Postgraduate	
SWS	3	
ECTS (des gesamten Moduls)	5	
Workload	Präsenzzeit:	45
	Selbststudium inkl. virtuelle Lehre:	105
	Gesamt:	150
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch	

Ziele des Gesamtmoduls

Prozesse & Varianten / Familienunternehmen & Nachhaltigkeit der UNF:

Der Teilnehmer kennt die typischen Entwicklungspfade von eigener geführten Unternehmen über mehrere Generationen und überblickt die eng verzahnten Aspekte einer Unternehmensnachfolge in persönlicher, familiärer, betrieblicher und vermögensmäßiger Hinsicht.

Er kann die Optionen für ein eigenes Nachfolgeprojekt fundiert einschätzen und bewerten und ist über die spezifischen Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten informiert.

Der Teilnehmer überblickt die grundlegenden Methoden der Bewertung eines Unternehmens sowie des Ablaufs einer Unternehmenstransaktion und kann diese im Kontext einer Übernahme planen.

Recht & Steuern der UNF:

Der Teilnehmer soll die zivilrechtlichen und steuerrechtlichen Kenntnisse erwerben, die er benötigt, um im Rahmen der Gestaltung oder Begleitung einer Unternehmensnachfolge, die relevanten Probleme erkennen, Lösungen entwickeln und die erforderlichen Schritte einleiten zu können.

Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Prozesse & Varianten / Familienunternehmen & Nachhaltigkeit der UNF:

- Grundlagen zu Familienunternehmen
- Grundlagen zur Unternehmensnachfolge
- Der Nachfolgeprozess
- Verschiedene Aspekte der Nachfolge
- Grundlagen der Unternehmensbewertung
- Angewandte Fallbearbeitung

Recht & Steuern der UNF:

- Bedeutung der Rechtsformen für die Unternehmensnachfolge
- Erbrechtliche Grundlagen (gesetzliche Erbfolge, Gestaltungsmittel, Pflichtteilsrecht)
- rechtliche Besonderheiten in Personen der Beteiligten (Güterstand, Betreuung etc.)
- rechtliche Aspekte und Gestaltung lebzeitiger Unternehmensnachfolge
- rechtliche Aspekte und Gestaltung erbrechtlicher Unternehmensnachfolge
- Grundlagen der lebzeitigen Übergabe (vorweggenommene Erbfolge)
- Steuerrechtliche Rahmenbedingungen (Einkommensteuer, Erbschaftsteuer)
- Begleitende Maßnahmen (Ehevertrag, Adoption, Vollmachten)

<p>Empfohlene Literaturliste (Autor, <u>Jahr!!</u>, Titel, Auflage, Verlag, Erscheinungsort)</p>	<p>Prozesse & Varianten / Familienunternehmen & Nachhaltigkeit der UNF: Pfannenschwarz, Armin: Nachfolge und Nicht-Nachfolge im Familienunternehmen, Carl-Auer-Systeme 2006, 2 Bände</p> <p>Klein, Sabina: Familienunternehmen. Theoretische und empirische Grundlagen, 2. Auflage 2004</p> <p>Simon et.al.: Mehr-Generationen-Familienunternehmen. Erfolgsgeheimnisse von Oetker, Merck, Haniel u.a., Carl-Auer-Systeme 2005</p> <p>Weiterführende Literatur: Wimmer et.al.: Familienunternehmen - Auslaufmodell oder Erfolgstyp? 2. Auflage Gabler 2005</p> <p>Ward: Prepetuating the Family Business, Palgrave Macmillan 2004</p> <p>Carlock/Ward: Strategic Planning for the Family Business, Palgrave Macmillan 2004</p> <p>Frasl/Riemer: Family-Business-Handbuch. Zukunftssicherung von Familienunternehmen über Generationen, Linde 2007</p> <p>Baus: Die Familienstrategie, Gabler 2007</p> <p>Gersick et.al.: Generation to Generation. Life Cycles of the Family Business, Harvard BSP 1997</p> <p>Recht & Steuern der UNF: - <u>Lorz / Kirchdörfer:</u> Unternehmensnachfolge, 2. Auflage (2011)</p> <p>- <u>Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V.,</u> Praxis der Unternehmensnachfolge, 4. Auflage (2009)</p> <p>- <u>Schlecht / Taylor Wessing (Hrsg.),</u> Unternehmensnachfolge - Handbuch für die Praxis, 2. Auflage (2009)</p> <p>- <u>Sudhoff,</u> Unternehmensnachfolge, 5. Auflage (2005)</p>
<p>Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge</p>	<p>Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang: Das Modul Unternehmensnachfolge baut auf den Kompetenzen der Module UX01 Ökonomische</p>

	<p>Grundlagen bis UX08 Unternehmenskommunikation auf. Kompetenzen aus den einzelnen Bereichen der Teilmodule sind für das Verständnis von Unternehmensaufgaben und Führungsprozessen notwendig und finden daher in den nachfolgenden Modulen Verwendung.</p> <p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Das Modul kann als Wahlfach in allen betriebswirtschaftlichen Studiengängen anerkannt werden. Das Modul ist in dem Studiengang MBA General Management verwendbar.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden (Seminar, Vorlesung, Outdoorübungen, Vorlesungen mit Übungen, Laborübungen, Projekte, Gruppenarbeit, ...)</p>	<p>Seminaristische Vorlesung: Wechsel von Impulsreferaten, Fallbeispielen, Diskussion, Gruppenarbeiten und Präsentationen.</p>
<p>Art der Prüfung (Studienarbeit, Klausur, Leistungsnachweise)</p>	<p>Studienarbeit</p>
<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p>	<p>5-fach</p>
<p>Besonderes (z.B. online –Anteile, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	

Modulbeschreibung

Titel des Moduls	Marketing und Vertrieb	
Modul Nr.	UX-10	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Rolf Rascher	
	Prof. Dr. Rolf Rascher Technische Hochschule Deggendorf Edlmairstr. 6 + 8 94469 Deggendorf Tel: 0991 3615 323 Email: rolf.rascher@th-deg.de	
Kursnummer und Namen der Lehrveranstaltungen die in diesem Modul unterrichtet werden	UX3107 Marketing, UX3108 Vertrieb & Verkauf UX3109 Öffentlichkeitsarbeit	
Namen der Lehrenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen	Marketing Martin Scheinert, Prof. Dr. Götz Winterfeldt, Dr. Thomas Kagermeier Vertrieb & Verkauf Prof. Dr. Rolf Rascher, Dr. Thomas Kagermeier Öffentlichkeitsarbeit Leo Hofmeier, Dr. Thomas Kagermeier	
Semester (1.,2., 3.,...)	3	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Häufigkeit des Moduls	Jährlich	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflicht	
Niveau undergraduate (Bachelor) oder postgraduate (Master)	Postgraduate	
SWS	4	
ECTS (des gesamten Moduls)	5	
Workload	Präsenzzeit:	60
	Selbststudium inkl. virtuelle Lehre:	90
	Gesamt:	150
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch	

Ziele des Gesamtmoduls

Das Gesamtmodul vermittelt den Studierenden einen Überblick über die Möglichkeiten von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit und dessen Wichtigkeit für die Neugründung eines Unternehmens. Der Erfolg einer Neugründung geht Hand in Hand mit der Entwicklung einer Marke und deren Vermarktung ebenso wie mit der Vermarktung der eigenen Innovationen.

Der im Modul integrierte Auslandsaufenthalt befähigt die Studierenden „Konzepte des Silicon-Valley in Entrepreneurship, Branding und Marketing“ auf eigene Gründungsaktivitäten und die Entwicklung innovativer Produkte zu übertragen.

Marketing / Vertrieb & Verkauf:

Grundlagen des Operativen Marketings - ein Überblick über die Ziele der verschiedenen Bereiche. Die TN lernen Methoden und Werkzeuge kennen, die in den verschiedenen Bereichen ihre Anwendung finden können. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Methoden die in der Praxis angewendet werden. Die Teilnehmer sollen die Grundlagen der Verkaufs- und Vertriebstätigkeit in einem kleineren Unternehmen kennen lernen.

Öffentlichkeitsarbeit:

Die Teilnehmer sollen die Grundlagen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erlernen. Fallbeispiele aus der täglichen Praxis veranschaulichen das Thema. Im Rahmen einer Übung sollen die Teilnehmer selbst einen Presstext verfassen. Die Ergebnisse werden dann in der Gruppe diskutiert. Ein Praxisvortrag gibt Einblick in den PR-Alltag.

Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Marketing / Vertrieb & Verkauf:

1. Marketingkonzeption und -Mix
2. Produkt
 - Innovation
 - Redesign
 - Produktdesign
3. Preis
 - Preismodelle
 - Preisfindung
 - Preiswirkung
 - Kontrahierungspolitische Maßnahmen
4. Kommunikation
 - Kommunikationsziele
 - Kommunikationsmix
 - Kommunikationspsychologie
 - Moderne Formen der Kommunikation
5. Distribution und Partnermodelle
 - Handelspartner
 - Value Chain
 - Logistik
6. Vertrieb & Verkauf:
 - Strategie und Unternehmensplanung
 - Organisation im Verkauf und Vertrieb
 - Kommunikation und das Verkaufsgespräch
 - Kundenorientierung, Supply Chain Management
 - E-Business

Öffentlichkeitsarbeit:

- Grundlagen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Presstext
- Pressekonferenz
- Presseveranstaltungen
- Krisen-PR
- Medientraining/Coaching
- Fallbeispiel (die Presse und Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Landesbank)

<p>Empfohlene Literaturliste (Autor, <u>Jahr!</u>, Titel, Auflage, Verlag, Erscheinungsort)</p>	<p>Marketing / Vertrieb & Verkauf: Becker J. Marketingkonzeption, 7. Aufl., Vahlen, München 2001 Esch F., Markenführung, 3. Aufl., Vahlen, München, 2005 Hartleben R., Werbekonzeption und Briefing, Publicis, Erlangen, 2001 Hofbauer/Hohenleitner, Erfolgreiche Marketingkommunikation, Vahlen, München, 2005 Homburg Ch./Krohmer H., Marketingmanagement, Gabler, Wiesbaden, 2003 Kotler, Armstrong, Saunders, Wong Grundlagen des Marketing, 3. Aufl., Pearson, 2003 (aktuell: neue Aufl. der deutschen Version 9/2006) Kotler/Bliemel, Marketingmanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2001, Meffert H. Marketing. 9.Aufl., Gabler Verlag 2000 Schweiger G./Schrattenecker Hofbauer, Professionelles Vertriebsmanagement, Publics Corporate Publishing, 1. Auflage 2004 Weis, Verkauf, Kiehl, 5: Auflage 2000 Dehr, Donath, Vertriebsmanagement, Hanser, 1. Auflage 1999 Eichler, Beschaffungsmarketing und –logistik, nwb, 1. Auflage 2003 Weiterführende Literatur: <i>Füser Modernes Management, DTB, 2007</i></p> <p>Öffentlichkeitsarbeit: Avenarius, Horst (2000): Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation. 2. überarbeitete Auflage. Darmstadt: Primus. Bentele, Günter/Romy Fröhlich/Peter Szyszka (Hrsg.) (2005): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Brauer, Gernot (2005): Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Handbuch. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft (= Praxis PR 1). Brauner, Detlef Jürgen/Jörg Leitolf/Robert Raible-Besten/Martin M. Weigert (Hrsg.) (2001): Lexikon der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. München, Wien: Oldenbourg. Cutlip, Scott M./Allen H. Center/Glen M. Broom (1999): Effective Public Relations. 8th Edition. Englewood Cliffs (NJ): Prentice Hall. Deg, Robert (2005): Basiswissen Public Relations. Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Dozier, David M./Larissa A. Grunig/James E. Grunig (1995): Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management.</p>
--	--

	<p>Mahwah/New Jersey: Erlbaum.</p> <p>Faulstich, Werner (2000): Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit. München Fink (= UTB 2151).</p> <p>Fissenewert, Renée/Stephanie Schmidt (2002): Konzeptionspraxis. Eine Einführung für PR- und Kommunikationsfachleute - mit einleuchtenden Betrachtungen über den Gartenweg. Frankfurt/Main: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformation.</p> <p>Grunig, James E./Todd Hunt (1984): Managing Public Relations. Fort Worth u. a.: Harcourt Brace.</p> <p>Hunt, Todd/James E. Grunig (1994): Public Relations Techniques. Fort Worth u. a.: Harcourt Brace.</p> <p>Kunczik, Michael (1997): Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland. Köln: Böhlau.(vergriffen.)</p> <p>Kunczik, Michael (2002): Public Relations. Konzepte und Theorien. 4. völlig überarbeitete Auflage. Köln, Weimar, Wien: Böhlau (= UTB für Wissenschaft 2277).</p> <p>Mast, Claudia (2002): Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden. Mit Beiträgen von Gerhard Ma-letzke, Simone Huck und Monika Stöckl. Stuttgart: Lucius & Lucius (= UTB 2308).</p> <p>Merten, Klaus (2000): Handwörterbuch der PR. 2 Bände. Frankfurt/Main: F.A.Z.-Institut.</p> <p>Newsom, Doug/Dean Kruckeberg/Judy Van Slyke (2003): This is PR. The Realities of Public Relations. 8th Edition. Belmont: Wadsworth.</p> <p>Röttger, Ulrike (Hrsg.) (2004): Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Schulz-Bruhdoel, Norbert (2001): Die PR- und Pressefibel. Zielgerichtete Medienarbeit. Ein Praxislehrbuch für Ein- und Aufsteiger. Frankfurt am Main: F.A.Z. Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen.</p> <p>Wachtel, Stefan (1999): Überzeugen vor Mikrofon und Kamera. Was Manager wissen müssen. Frankfurt/New York: Campus.</p> <p>Wilcox, Dennis L./Glen T. Cameron/Phillip H. Ault/Warren K. Agee (2002): Public Relations. Strategies and Tactics. 7th Edition New York: Allyn & Bacon.</p> <p>Zerfaß, Ansgar (2004): Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. 2., ergänzte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p>
Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen	keine

<p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge</p>	<p>Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang: Die Inhalte des Moduls UX10 Marketing und Vertrieb stellen einen sehr engen Bezug zu Themen der Unternehmensgründung und -führung her. Für Teilaspekte des Moduls sind Verständnis und der Erwerb von Kompetenzen aus den Modulen UX01 Ökonomische Grundlagen bis UX09 Unternehmensnachfolge erforderlich.</p> <p>Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Das Modul kann als Wahlfach in betriebswirtschaftlichen Studiengängen anerkannt werden. Das Modul UX10 Marketing und Vertrieb ist in den Studiengängen MBA General Management, MBA Health Care Management sowie im MA Public Management anerkannt.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden (Seminar, Vorlesung, Outdoorübungen, Vorlesungen mit Übungen, Laborübungen, Projekte, Gruppenarbeit, ...)</p>	<p>Seminaristischer Unterricht- und Projektarbeiten Besprechung des theoretischen Stoffes anhand von Praxisfällen und Rollenspielen sowie Projektstudien</p> <p>Erarbeitung der Grundlagen und praxisbezogene Falldarstellung</p>
<p>Art der Prüfung (Studienarbeit, Klausur, Leistungsnachweise)</p>	<p>Studienarbeit</p>
<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p>	<p>5-fach</p>
<p>Besonderes (z.B. online –Anteile, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	