

Kursnummer: BWCN02	Kursname: Business Consulting II	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Wahlpflicht Kursangebot : WS, SS Course Duration : Minimaldauer 1 Semester; ab dem 5. Semester wählbar		Zugangsvoraussetzungen: BWCN01
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftraggebende Unternehmen an. Gegenstand der Unternehmensberatung ist demnach die Akquisition, Planung und Durchführung von Unternehmensberatungsprojekten. Der Inhalt dieser Beratungsprojekte ist vielfältig und kann je nach Aufgabenstellung Aspekte der strategischen Unternehmensführung, Herausforderungen im Bereich der Finanzierung und Kostensenkung, die Einführung neuer Technologien, Arbeitsmethoden und Systeme, interne Kommunikation, Umstrukturierungen, Fusionen/Übernahmen oder Auslagerungen von Unternehmen bzw. einzelner Unternehmensbereiche umfassen.</p> <p>Beratungsprojekte und Beratungsprozesse sind durch wiederkehrende Elemente gekennzeichnet, deren Verständnis und Anwendung den Erfolg einer Beratungsleistung maßgeblich beeinflusst. Die Kompetenz und Qualität von Auftragsakquisition und Projektmanagement wird durch das Management der Beratungsunternehmung selbst bestimmt. Je nach Beratungsphilosophie, Beratungskonzept, Beratungsorganisation und Leistungsvermarktung stellt sich in Berater-Klienten-Beziehungen Erfolg oder Misserfolg ein.</p> <p>Eine Teilnahme am Kurs setzt den erfolgreichen Abschluss des Kurses Business Consulting I voraus.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die speziellen Rahmenbedingungen von Beratungsunternehmen zu erklären. • die Herangehensweisen im Marketing für Beratungsdienstleistungen zu benennen. • die strategische und operative Ausrichtung von Beratungsunternehmen zu erläutern. • die Herausforderungen des Personalmanagements in Beratungsunternehmen zu verstehen. • die operativen Phasen des Beratungsprozesses zu erläutern. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p>		

1. Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung

1.1 Die Unternehmensberatung als Professional Service Firm

1.2 Das Wertschöpfungsmodell der Unternehmensberatung

1.3 Das Marktumfeld der Beratungsfirma

2. Das Management der Unternehmensberatung

2.1 Handlungs- und Entscheidungsfelder für das Management der Unternehmensberatung

2.2 Normative und strategische Handlungs- und Entscheidungsfelder

2.3 Personal- und HR-Management im Beratungsunternehmen

3. Vermarktung von Beratungsdienstleistungen

3.1 Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings

3.2 Strategisches Beratungs-Marketing

3.3 Operatives Dienstleistungsmarketing von Unternehmensberatungen

3.4 Beziehungsmarketing von Beratungsunternehmen

4. Beraterhaftung, Vertragsgestaltung und Berufsrecht

4.1 Beraterhaftung

4.2 Vertragsgestaltung

4.3 Rechtsfragen der Berufsausübung

5. Das Beratungsprojekt

5.1 Voraussetzungen

5.2 Einstellungen und Techniken

5.3 Beratungsphasen

Literatur:

- Block, P. (1999): Erfolgreiches Consulting. Das Berater Handbuch. Heyne, München. ISBN-13: 978-3453155564.
- Kapfer-Gördes, V. (2008): Wissensmanagement in der Unternehmensberatung. Einführung von Wissensmanagement für Unternehmensberatungen und Projektgeschäfte. VDM, Saarbrücken. ISBN-13: 978-3836474887.
- Lindemann, V. (2004): Positionierung. Marketing in der Beratung. Wie sich Top-Consultants positionieren und profilieren. Finanzbuch Verlag, München. ISBN-13: 978-3898790576.
- Miethe, C. (2000): Leistung und Vermarktung unterschiedlicher Formen der Unternehmensberatung. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3824471396.
- Niedereichholz, C. (2010): Unternehmensberatung, Band 1. Beratungsmarketing und Auftragsakquisition. 5. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486590890.
- Niedereichholz, C. (2012): Unternehmensberatung, Band 2. Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung. 6. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486713473.
- Niedereichholz, C./Niedereichholz, J. (2008): Consulting Wissen. Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486584363.
- Schwan, K./Seipel, K. G. (1999): Erfolgreich Beraten. Grundlagen der Unternehmensberatung. C.H.Beck, München. ISBN-13: 978-3406436560.
- Sommerlatte, T. et al. (Hrsg.) (2009): Handbuch der Unternehmensberatung. Organisationen führen und entwickeln. ESV, Berlin. ISBN13: 978-3503116680.

Prüfungszugangsvoraussetzung:

- Kursabhängig: Begleitende Online-Lernkontrolle (max. 15 Minuten je Lektion, bestanden / nicht bestanden)
- Kursevaluation

Prüfungsleistung:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30