

Modulhandbuch

**Bachelor:**

**Betriebswirt-/in im  
Gesundheitsmanagement (IUBH)**

**im Fernstudium**

Letzte Aktualisierung: 12.11.2018

|   |  |
|---|--|
| Inhalte   |  |
| Modulhandbuch.....  |  |
| <b>Betriebswirt/-in im Gesundheitsmanagement (IUBH)</b> .....       |  |
| Inhalte.....  |  |
| Semester 1.....   |  |
| <b>Betriebswirtschaftslehre (BBWL)</b> .....                        |  |
| • BWL I (Einführung, Grundlagen) (BBWL01).....                      |  |
| • BWL II (Vertiefung) (BBWL02).....                                 |  |
| <b>Gesundheitsökonomie (DLGGOE)</b> .....                           |  |
| • Gesundheitsökonomie (DLGGOE01).....                               |  |
| <b>Health Care Management (BWGM)</b> .....                          |  |
| • Einführung in das Gesundheitsmanagement (BWGM01).....             |  |
| • Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes (BWGM02).....            |  |
| <b>Recht (BREC-01)</b> .....  |  |
| • Recht I (Einführung) (BREC01-01).....                             |  |
| • Recht II (Vertiefung) (BREC02-01).....                            |  |
| <b>Marketing (BMAR-01)</b> .....                                    |  |
| • Marketing I (BMAR01-01).....                                      |  |
| • Marketing II (BMAR02-01).....                                     |  |
| Semester 2.....   |  |
| <b>Dienstleistungsmanagement im Gesundheitswesen (DLGDMG)</b> ..... |  |
| • Dienstleistungsmanagement im Gesundheitswesen (DLGDMG01).....     |  |
| <b>Buchführung und Bilanzierung (BBUB-01)</b> .....                 |  |
| • Buchführung und Bilanzierung I (Einführung) (BBUB01-01).....      |  |
| • Buchführung und Bilanzierung II (Vertiefung) (BBUB02-01).....     |  |
| <b>Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen (DLGQMG)</b> .....       |  |
| • Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen (DLGQMG01).....           |  |
| <b>Kosten- und Leistungsrechnung (BKLR)</b> .....                   |  |
| • Kosten- und Leistungsrechnung I (Einführung) (BKLR01).....        |  |
| • Kosten- und Leistungsrechnung II (Vertiefung) (BKLR02).....       |  |
| <b>Gesundheit und Prävention (DLGGUP)</b> .....                     |  |
| • Gesundheit und Prävention (DLGGUP01).....                         |  |
| <b>Sozialpolitik (DLGSPO)</b> .....                                 |  |

|   |       |
|---|-------|
| • Sozialpolitik (DLGSPO01).....   | ..... |
| Semester 3.....   | ..... |
| <b>Fallmanagement (DLGFMG).....</b>   | ..... |
| • Fallmanagement (DLGFMG01).....  | ..... |
| <b>Projektmanagement (BPMG).....</b>  | ..... |
| • Projektmanagement (BPMG01).....   | ..... |
| <b>Abrechnungssysteme (DLGABS).....</b>   | ..... |
| • Abrechnungssysteme (DLGABS01).....  | ..... |
| <b>Unternehmensführung (BUFG).....</b>  | ..... |
| • Unternehmensführung (BUFG01).....   | ..... |
| <b>Advanced Leadership (BWAF).....</b>  | ..... |
| • Advanced Leadership I (Einführung) (BWAF01).....                                | ..... |
| • Advanced Leadership II (Vertiefung) (BWAF02).....                               | ..... |
| <b>Angewandter Vertrieb (BWAV).....</b>   | ..... |
| • Angewandter Vertrieb I (Einführung) (BWAV01).....                               | ..... |
| • Angewandter Vertrieb II (Vertiefung) (BWAV02).....                              | ..... |
| <b>Business Consulting (BWCN).....</b>  | ..... |
| • Business Consulting I (Einführung) (BWCN01).....                                | ..... |
| • Business Consulting II (Vertiefung) (BWCN02).....                               | ..... |
| <b>Gesundheitsökonomie (Vertiefung) (DLGWGO).....</b>                             | ..... |
| • Gesundheitsökonomie I (DLGWGO01).....   | ..... |
| • Gesundheitsökonomie II (DLGWGO02).....  | ..... |
| <b>Krankenhausmanagement (DLGWKM).....</b>  | ..... |
| • Einführung in das Krankenhausmanagement (DLGWKM01).....                         | ..... |
| • Krankenhaussettings - Rahmenbedingungen und Handlungsstrategien (DLGWKM02)..... | ..... |
| <b>Online- und Social Media Marketing (DLBMSM).....</b>                           | ..... |
| • Online-Marketing (DLBMSM01).....  | ..... |
| • Social Media Marketing (DLBMSM02).....  | ..... |
| <b>Projektmanagement Spezialisierung (BWPM).....</b>                              | ..... |
| • Spezialaspekte des Projektmanagements (BWPM01).....                             | ..... |
| • IT-Aspekte des Projektmanagements (BWPM02).....                                 | ..... |

# Semester 1

**Modul**

**Betriebswirtschaftslehre (BBWL)**

**5 ECTS**

|   |                                 |  |
|---|---------------------------------|--|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Betriebswirtschaftslehre</b> |  |
| <b>Modulnummer:</b><br>BBWL   | <b>Semester:</b><br>1 Semester  | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester   |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht  |                                 | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS   |
| <b>Workload:</b> 150 h  |                                 | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS   |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |                                 | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch  |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BWL I (Einführung, Grundlagen) (BBWL01)</li> <li>• BWL II (Vertiefung) (BBWL02)</li> </ul>  |                                 | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90h<br>Selbstüberprüfung: 30h<br>Tutorien: 30h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |                                 | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Beate Holze   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Finanzmanagement</li> <li>• Bachelor Personalmanagement</li> <li>• Bachelor Marketing</li> <li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li> <li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> </ul> |                                 | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing I + II</li> <li>• Controlling I + II</li> <li>• Personalwesen I + II</li> <li>• Finanzierung I + II</li> <li>• Investition I + II</li> <li>• Planen und Entscheiden</li> <li>• Unternehmensführung</li> </ul> |

**Qualifikations- und Lernziele des Moduls:****BWL I:**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die betriebswirtschaftlichen sowie wirtschaftswissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen anzuwenden.
- Wirtschaftssubjekte erläutern zu können sowie Modelle der Betriebswirtschaftslehre zu hinterfragen.
- ein Dilemma zwischen unbegrenzten Gütern und unendlichen Bedürfnissen zu erkennen sowie die Anwendung von ökonomischen Prinzipien zu reflektieren.
- spezielle Ansätze der Betriebswirtschaftslehre erläutern zu können.
- das ökonomische Umfeld von Betrieben und deren Einflussfaktoren bestimmen zu können.
- Grundlagen der managementorientierten Betriebswirtschaftslehre zu beurteilen und differenziert anzuwenden.
- konstitutive Entscheidungen von Betrieben zu verstehen und zu hinterfragen.

**BWL II:**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess zu skizzieren und Verknüpfungen innerhalb der Wertkette zu erkennen.
- kernorientierte, unterstützende und führungsbezogene Prozesse zu beurteilen.
- Beschaffungs- und Logistikaufgaben zu unterscheiden sowie die optimale Bestellmenge zu errechnen.
- Fertigungstypen und -verfahren zu unterscheiden und nach Nutzungserfordernis zu beurteilen.
- Unternehmenswert und Kundenwert zu ermitteln.
- verschiedene Organisationsformen zu beurteilen.
- Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen zu erkennen und zu gestalten.
- Aufgaben und Ziele der Personalwirtschaft zu analysieren und zu planen.
- Marketing-Mix-Instrumente anzuwenden und deren Einsatzerfolg zu beurteilen.

**Lehrinhalt des Moduls:****BWL I:**

Gegenstand und Entwicklung der Betriebswirtschaftslehre

- Betriebswirtschaftliche Positionen und Grundkonzeptionen
- Sub- und Umsysteme des Betriebs
- Die Führung des Betriebs

**BWL II:**

- Wertschöpfungsprozess
- Das System der Betriebsfunktionen
- Betriebswirtschaftliche Funktionsbereiche

**Lehrmethoden:****Literatur:**

Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen

|   |   |                                |
|---|---|--------------------------------|
| <b>Anteil der Modulnote<br/>an der<br/>Gesamtabschlussnote<br/>des Programms::</b><br><br>5 ECTS von 90 ECTS =<br>5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b> | <b>Abschlussprüfungen:</b>     |
|   | Siehe Kursbeschreibungen                | Modulklausur 90 Min.<br>(100%) |



|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BBWL01   | <b>Kursname:</b><br>BWL I (Einführung, Grundlagen) | <b>Gesamtstunden:</b><br>90 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>3 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b> Minimaldauer 1 Semester   |  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                            |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung       |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Der Kurs BWL I setzt sich mit den Grundlagen und Grundbegriffen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre auseinander. Er vermittelt den Studierenden einen Überblick über die unterschiedlichen Funktionsbereiche eines Betriebs und schafft damit ein Grundverständnis zu den grundsätzlichen Fragen des Wirtschaftens in Unternehmen. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das Basiswissen, um darauf aufbauend das betriebswirtschaftliche Spezialwissen im weiteren Verlauf des Studiums zu erwerben.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die betriebswirtschaftlichen sowie wirtschaftswissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen anzuwenden.</li> <li>• Wirtschaftssubjekte erläutern zu können sowie Modelle der Betriebswirtschaftslehre zu hinterfragen.</li> <li>• ein Dilemma zwischen unbegrenzten Gütern und unendlichen Bedürfnissen zu erkennen sowie die Anwendung von ökonomischen Prinzipien zu reflektieren.</li> <li>• spezielle Ansätze der Betriebswirtschaftslehre erläutern zu können.</li> <li>• das ökonomische Umfeld von Betrieben und deren Einflussfaktoren bestimmen zu können.</li> <li>• Grundlagen der managementorientierten Betriebswirtschaftslehre zu beurteilen und differenziert anzuwenden.</li> <li>• konstitutive Entscheidungen von Betrieben zu verstehen und zu hinterfragen.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1 Die betriebliche Praxis</b></p> <p>1.1 Definition Wirtschaften<br/>         1.2 Definition Haushalte und Betrieb<br/>         1.3 Unterteilung der Unternehmen</p> <p><b>2 Wirtschaftssubjekte</b></p> <p>2.1 Der Mensch als Wirtschaftssubjekt<br/>         2.2 Determinanten menschlichen Verhaltens<br/>         2.3 Wirtschaftsgüter</p> <p><b>3 Prinzipien des Wirtschaftens - das ökonomische Prinzip</b></p> |  |  |

3.1 Wirtschaftliches Handeln

3.2 Leistungserstellung, -verwertung und Effizienz im Betrieb

3.3 Effizienzkennzahlen im Betrieb

#### **4 Spezielle Ansätze der Betriebswirtschaftslehre**

4.1 Der produktivitätsorientierte Ansatz von Erich Gutenberg

4.2 Der entscheidungsorientierte Ansatz von Edmund Heinen

4.3 Der systemorientierte Ansatz

4.4 Der verhaltensorientierte Ansatz

4.5 Der nachhaltigkeitsorientierte Ansatz

4.6 Der institutionenökonomische Ansatz

#### **5 Der Betrieb als sozioökonomisches System**

5.1 Der Betrieb als produktives System

5.2 Der Betrieb als soziales System

5.3 Der Betrieb als ökonomisches System

#### **6 Das ökonomische Umfeld des Betriebs**

6.1 Lieferanten

6.2 Kunden

6.3 Wettbewerb

#### **7 Führung und Management im Betrieb**

7.1 Unternehmensführung

7.2 Organisation

7.3 Managementtechniken

#### **8 Strategisch-konstitutive Entscheidungen im Betrieb**

8.1 Wahl des Standorts

8.2 Wahl der Rechtsform

8.3 Unternehmenszusammenschlüsse

**Literatur:**

- Allbach, H. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Einführung. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3409429351.
- Balderjahn, I./Specht, G. (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791035321.
- Schierenbeck, H./Wöhle, C. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 19. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3110440669.
- Staehle, W.H./Conrad, P./Sydow, J. (2018): Management. Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive. 9. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3834922137.
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834922137.
- Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K. (2016): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. 8. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658077679.
- Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K./Hachmeister, D./ Jarchow, S./ Kaiser, G. (2017): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Arbeitsbuch. 8. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13:978-3658165550.
- Wöhe, G./Döring, U. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800650002.
- Wöhe, G./ Döring, U./Brösel, G. (2016): Übungsbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. 15. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800652005.

**Prüfungsleistungen:**

Klausur, 45 Min.

**Zeitaufwand der Studierenden (in Std.): 90**

Selbststudium (in Std.): 54

Selbstüberprüfung (in Std.): 18

Tutorien (in Std.): 18

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BBWL02   | <b>Kursname:</b><br>BWL II (Vertiefung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>60 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>2 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b> Minimaldauer 1 Semester   |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>BBWL01                           |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung       |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Der Kurs BWL II baut auf den mit dem Kurs BWL I gesetzten Grundlagen und Grundbegriffen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre auf. Er vermittelt den Studierenden einen vertiefenden Einblick in den güterwirtschaftlichen Leistungsprozess, wobei Aspekte der betriebswirtschaftlichen Teilfunktionen Beschaffung, Produktion, Absatz, Organisation, Personalwesen und Finanzwirtschaft (Investition und Finanzierung, internes und externes Rechnungswesen) behandelt werden. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das Detailwissen, um darauf aufbauend Kurse zu betriebswirtschaftlichen Spezialfragen sowie Funktions- und Branchenvertiefungen zu studieren.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• den betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess zu skizzieren und Verknüpfungen innerhalb der Wertkette zu erkennen.</li> <li>• kernorientierte, unterstützende und führungsbezogene Prozesse zu beurteilen.</li> <li>• Beschaffungs- und Logistikaufgaben zu unterscheiden sowie die optimale Bestellmenge zu errechnen.</li> <li>• Fertigungstypen und -verfahren zu unterscheiden und nach Nutzungserfordernis zu beurteilen.</li> <li>• Unternehmenswert und Kundenwert zu ermitteln.</li> <li>• verschiedene Organisationsformen zu beurteilen.</li> <li>• Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen zu erkennen und zu gestalten.</li> <li>• Aufgaben und Ziele der Personalwirtschaft zu analysieren und zu planen.</li> <li>• Marketing-Mix-Instrumente anzuwenden und deren Einsatzerfolg zu beurteilen.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Der betriebliche Wertschöpfungsprozess</b></p> <p>1.1 Das Wertkettenmodell nach Porter<br/>         1.2 Wertaktivitäten ermitteln und definieren<br/>         1.3 Verknüpfungen innerhalb der Wertkette</p> <p><b>2. Unternehmenswert und Kundenwert</b></p> <p>2.1 Unternehmenswert<br/>         2.2 Kundenwert</p> <p><b>3. Beschaffung</b></p> |   |  |

- 3.1 Grundlagen der Beschaffung
- 3.2 Beschaffungspolitische Instrumente
- 3.3 Ermittlung der optimalen Bestellmenge

#### **4. Produktion**

- 4.1 Grundlagen der Produktionswirtschaft
- 4.2 Fertigungstypen und Fertigungsverfahren
- 4.3 Produktionsplanung

#### **5. Organisation**

- 5.1 Aufgaben und Ziele der Organisation
- 5.2 Gestaltung der Ablauf- und Aufbauorganisation
- 5.3 Neuere Organisationsformen und organisatorische Veränderung

#### **6. Personalwirtschaft**

- 6.1 Aufgaben und Ziele der Personalwirtschaft
- 6.2 Personalausstattung und Personaleinsatz
- 6.3 Personalführung

#### **7. Absatz und Vertrieb**

- 7.1 Grundlagen der Absatz- und Vertriebsfunktion
- 7.2 Informationsbeschaffung und Marktanalyse
- 7.3 Absatzpolitische Instrumente

#### **Literatur:**

- Allbach, H. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Einführung. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3409429351.
- Balderjahn, I./Specht, G. (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791035321.
- Hutzschenreuter, T. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658085636.
- Schierenbeck, H./Wöhle, C. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 19. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3110440669.
- Schmalen, H./Pechtl, H. (2013): Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft. 15. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791032351.
- Staehle, W.H./Conrad, P./Sydow, J. (2018): Management. Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive. 9. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3834922137.
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834922137.
- Thommen, J-P./Achleitner, A.-K./Hachmeister, D./ Jarchow, S./ Kaiser, G. (2017): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Arbeitsbuch. 8. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658165550.
- Wöhe, G./Döring, U. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800650002.
- Wöhe, G./ Döring, U./Brösel, G. (2016): Übungsbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. 15. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800652005.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 45 Min.

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 60**

Selbststudium (in Std.): 36

Selbstüberprüfung (in Std.): 12

Tutorien (in Std.): 12

**Modul**

**Gesundheitsökonomie (DLGGOE)**

**5 ECTS**

|   |  |   |
|---|--|---|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Gesundheitsökonomie</b>                             |   |
| <b>Modulnummer:</b><br>DLGGOE   | <b>Semester:</b><br>1 Semester                         | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht  |  | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS  |
| <b>Workload:</b> 150 h  |  | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |  | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch   |
| <b>Kurse im Modul:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Gesundheitsökonomie (DLGGOE01)</li></ul>  |  | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90h<br>Selbstüberprüfung: 30h<br>Tutorien: 30h  |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |  | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Anja Gärtig-Daug   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b><br>keine   |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Health Care Management</li><li>• Medizin für Nichtmediziner</li><li>• Krankenhausmanagement</li><li>• Pflegemanagement</li></ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b><br><br>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen Studierende<br><ul style="list-style-type: none"><li>• themenspezifische Kenntnisse über gesundheitsrelevante ökonomische Theorien und Modelle auf der systemischen Makroebene besitzen.</li><li>• ethische Probleme und Herausforderungen einer ökonomischen Betrachtung von Gesundheit und Krankheit in marktgesteuerten Gesundheitssystemen sehen können.</li><li>• grundsätzliche ökonomische Bewertungen des Zusammenspiels oder Gegensatzes systemrelevanter Einflussfaktoren (Politik, Wirtschaft, GKV/PKV und Verbandswesen) und Rahmenbedingungen vornehmen können.</li></ul> |  |   |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>   |  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluationsverfahren im Überblick</li> <li>• Ökonomische Theorieansätze der Gesundheitsökonomie</li> <li>• Politische Ökonomie und Gesundheit</li> <li>• Systemvergleiche und ethische Aspekte</li> <li>• Internationaler Systemvergleich</li> </ul>   |  |   |
| <b>Lehrmethoden:</b>  |  |   |
| <b>Literatur:</b>   | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung |   |



|   |   |                                |
|---|---|--------------------------------|
| <b>Anteil der Modulnote<br/>an der<br/>Gesamtabschlussnote<br/>des Programms::</b><br><br>5 ECTS von 90 ECTS =<br>5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b> | <b>Abschlussprüfungen:</b>     |
|   | Siehe Kursbeschreibung                  | Modulklausur 90 Min.<br>(100%) |

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLGGOE01   | <b>Kursname:</b><br>Gesundheitsökonomie | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b> Minimaldauer 1 Semester   |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                             |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Die Studierenden lernen grundlegende ökonomische Betrachtungsperspektiven im Gesundheitsmarkt und der Gesundheitssystemforschung kennen.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• themenspezifische Kenntnisse über gesundheitsrelevante ökonomische Theorien und Modelle auf der systemischen Makroebene besitzen.</li> <li>• ethische Probleme und Herausforderungen einer ökonomischen Betrachtung von Gesundheit und Krankheit in marktgesteuerten Gesundheitssystemen sehen können.</li> <li>• grundsätzliche ökonomische Bewertungen des Zusammenspiels oder Gegensatzes systemrelevanter Einflussfaktoren (Politik, Wirtschaft, GKV/PKV und Verbandswesen) und Rahmenbedingungen vornehmen können.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Vorbemerkungen und Grundverständnisse</b></p> <p>1.1 Einführung in die Thematik</p> <p>1.2 Definitionen und Begrifflichkeiten</p> <p>1.3 Zukunftsperspektiven ausgewählter Gesundheitsbranchen</p> <p><b>2. Evaluationsverfahren im Überblick</b></p> <p>2.1 Ökonomische Evaluationsverfahren</p> <p>2.2 Evidenzbasierte Medizin</p> <p>2.3 Outcomes-Forschung</p> <p>2.4 Health Technology Assessment – HTA</p> <p><b>3. Ökonomische Theorieansätze der Gesundheitsökonomie</b></p> <p>3.1 Grundlegende Erklärungsversuche</p> <p>3.2 Medizinische Managementprozesse</p> <p>3.3 Ökonomisches Handeln und ärztlicher Alltag: eine Situationsanalyse im täglichen Betätigungsfeld eines Hausarztes</p> <p><b>4. Politische Ökonomie und Gesundheit</b></p> <p>4.1 Finanzierungsfragen, Kostengesichtspunkte und technischer Fortschritt in der Medizin</p> |   |   |

4.2 Die Thematik der Priorisierung

4.3 Das Beziehungsgefüge Gesundheit – Markt – Gerechtigkeit

4.4 Die Rolle der Interessengruppen in der Gesundheitsökonomie

## **5. Systemvergleiche und ethische Aspekte**

5.1 Grundsätzliches zur Ethik und Moral

5.2 Ethische Rahmenbedingungen für Leistungserbringer auf dem Gesundheitsmarkt und Manager

## **6. Internationaler Systemvergleich**

6.1 WHO-Kriterien eines Vergleichs von Gesundheitssystemen

6.2 Grenzüberschreitende Herausforderungen an die Systematik im Gesundheitswesen und in der Gesundheitsökonomie

### **Literatur:**

- Fleß, S./Greiner, W. (2013): Grundlagen der Gesundheitsökonomie. Eine Einführung in das wirtschaftliche Denken im Gesundheitswesen. 3. Auflage, Springer Gabler, Heidelberg. ISBN-13: 978-3642309182.
- Hajen, L./Paetow, H./Schumacher, H. (2013): Gesundheitsökonomie. Strukturen – Methoden – Praxisbeispiele. 7. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170230897.
- Lauterbach, K. W./Stock, S./Brunner, H. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie. Lehrbuch für Mediziner und andere Gesundheitsberufe. 2. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456852836.
- Roeder, N./Hensen, P./Franz, D. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie, Gesundheitssystem und öffentliche Gesundheitspflege. Ein praxisorientiertes Kurzlehrbuch. 2. Auflage, Deutscher Ärzte-Verlag, Köln. ISBN-13: 978-3769135145.

### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

### **Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**

**Health Care Management (BWGM)**

**10 ECTS**

|   |                                |  |
|---|--------------------------------|--|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Health Care Management</b>  |  |
| <b>Modulnummer:</b><br>BWGM   | <b>Semester:</b><br>1 Semester | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 2 Semester   |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht, Wahlpflicht<br><br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs  |                                | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS   |
| <b>Workload:</b> 300 h  |                                | <b>ECTS Punkte:</b> 10 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |                                | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch  |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Gesundheitsmanagement (BWGM01)</li> <li>• Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes (BWGM02)</li> </ul>  |                                | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 180 h<br>Selbstüberprüfung: 60 h<br>Tutorien: 60 h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |                                | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Thomas Neunert  |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Finanzmanagement</li> <li>• Bachelor Personalmanagement</li> <li>• Bachelor Marketing</li> <li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li> <li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> </ul> |                                | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BWL I + II</li> <li>• Planen und Entscheiden</li> </ul> |

## **Qualifikations- und Lernziele des Moduls:**

### **Einführung in das Gesundheitsmanagement (Einführung):**

Nach erfolgreichem Abschluss

- besitzen die Studierenden Kenntnis über die grundlegenden Prozesse des Gesundheitsmanagements.
- kennen die Studierenden Modelle des Gesundheitswesens und können aktuelle Situationen entsprechend klassifizieren.
- verfügen die Studierenden über ein Verständnis über Akteure und Komponenten sowie deren Zusammenspiel im Gesundheitsmarkt.
- können die Studierenden die gegenwärtigen Probleme und Entwicklungen des Gesundheitsmarktes auf die Chancen für eigenes wirtschaftliches Handeln und Entscheiden hin bewerten.
- sind die Studierenden in der Lage, das betriebliche Gesundheitsmanagement als Führungsinstrument zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Stärkung der Mitarbeiterbindung einzusetzen.

### **Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes (Vertiefung):**

Nach erfolgreichem Abschluss

- sind die Studierenden in der Lage, die strukturellen und ökonomischen sowie die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen des Gesundheitswesens zu analysieren und zu bewerten.
- können die Studierenden auf Basis erworbener Kenntnisse die Grundzüge von Entscheidungen im Gesundheitswesen erkennen und eine eigene, selbstständige Entscheidungsfindung entwickeln.
- verfügen die Studierenden über ein Grundverständnis der Prozesse im Gesundheitswesen.
- können die Studierenden bereits vorhandene betriebswirtschaftliche Kenntnisse auf die Mechanismen des Gesundheitsmanagements vertieft anwenden.
- können die Studierenden die Regulierungen gesetzlicher Eingriffe verstehen, analysieren und in eigene Entscheidungen mit einbeziehen.
- besitzen die Studierenden ein umfassendes Verständnis für Finanzierungs- und Entscheidungsprozesse, die ihnen sowohl bei einer Tätigkeit innerhalb als auch außerhalb der Gesundheitswirtschaft von großen Nutzen sein werden.

## **Lehrinhalt des Moduls:**

### **Einführung in das Gesundheitsmanagement (Einführung):**

- Geschichtliche Grundlagen und Systeme des Gesundheitsmarktes, Rahmenbedingungen des Gesundheitswesens, Besonderheiten des Gesundheitsmarktes im Zusammenspiel von Marktwirtschaft und öffentlichem Auftrag
- Herausforderungen eines solidarischen Gesundheitssystems
- Gesundheitssysteme im Vergleich und Gesundheitstourismus sowie deren Implikationen für das deutsche Gesundheitssystem
- Betriebliches Gesundheitsmanagement als Führungsaufgabe zum Erhalt der Beschäftigungs- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens

### **Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes (Vertiefung):**

- Skizzierung der Rahmenbedingungen sowie der gesetzlichen Grundlagen des Gesundheitssystems (SGB V, SGB XI; SGB XII; SGB IX)
- Analyse der Angebotsstrukturen (private und gesetzliche Krankenkassen, öffentliche Institutionen, Netzwerke, integrierte Versorgung, Besonderheiten freigemeinnütziger Anbieter)
- Krankenhausfinanzierungssystem unter Berücksichtigung des DRG-Systems

## **Lehrmethoden:**

|  |  |                               |
|--|--|-------------------------------|
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen |                               |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br><br>10 ECTS von 90 ECTS = 11.11% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                  | <b>Abschlussprüfungen:</b>    |
|  | Siehe Kursbeschreibungen                                 | Modulklausur 180 Min. (100 %) |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>BWGM01  | <b>Kursname:</b><br>Einführung in das Gesundheitsmanagement | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> PflichtWahlpflicht,<br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><br><b>Kursdauer:</b> Minimaldauer 1 Semester   |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                             |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Die Studierenden lernen die Spezifika des Gesundheitsmarktes kennen. Verschiedene Modelle – Marktsysteme (z. B. USA), Beveridge (z. B. NHS in Großbritannien), Bismarcksches Krankenversicherungsmodell als Basis der heutigen deutschen gesetzlichen Krankenversicherungen – werden im aktuellen Kontext bearbeitet. Die gegenwärtigen Prozesse im Zusammenspiel von Regulierung und Deregulierung des Gesundheitsmarktes, von Marktwirtschaft und Sicherstellungsbedürfnissen werden diskutiert. Neue Potentiale des Gesundheitsmarktes, bspw. in Form eines wachsenden Gesundheitstourismus, werden vorgestellt und bewertet. Das betriebliche Gesundheitsmanagement wird als branchenübergreifendes Führungsinstrument vorgestellt.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• besitzen die Studierenden Kenntnis über die grundlegenden Prozesse des Gesundheitsmanagements.</li> <li>• kennen die Studierenden Modelle des Gesundheitswesens und können aktuelle Situationen entsprechend klassifizieren.</li> <li>• verfügen die Studierenden über ein Verständnis über Akteure und Komponenten sowie deren Zusammenspiel im Gesundheitsmarkt.</li> <li>• können die Studierenden die gegenwärtigen Probleme und Entwicklungen des Gesundheitsmarktes auf die Chancen für eigenes wirtschaftliches Handeln und Entscheiden hin bewerten.</li> <li>• sind die Studierenden in der Lage, das betriebliche Gesundheitsmanagement als Führungsinstrument zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Stärkung der Mitarbeiterbindung einzusetzen.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Gesundheitswesen und Gesundheitswirtschaft</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Das Gesundheitswesen in Deutschland</li> <li>1.2. Praktische Relevanz des Managements im Gesundheitswesen</li> <li>1.3. Gesundheitswirtschaft</li> <li>1.4. Der Gesundheitsmarkt – ein echter Markt?</li> <li>1.5. Kritik am Gesundheitsmarkt</li> <li>1.6. Wettbewerb im Gesundheitswesen?</li> </ol> <p><b>2. Systembeschreibungen</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Ausgangslage</li> </ol> |   |   |



|   |
|---|
| <p>2.2. Marktsysteme<br/>2.3. Staatliche Gesundheitssysteme<br/>2.4. Sozialversicherungssysteme<br/>2.5. Vergleich der Gesundheitssysteme<br/>2.6. Der sechste Kondratieff-Zyklus<br/><b>3. Herausforderung eines solidarischen Gesundheitssystems</b><br/>3.1. Demografischer Wandel<br/>3.2. Medizinischer Fortschritt<br/>3.3. Sozialer Wandel<br/>3.4. Herausforderung für das Gesundheitswesen<br/><b>4. Gesundheitssysteme im Vergleich: die D-A-CH-Region</b><br/>4.1. Das deutsche Gesundheitssystem<br/>4.2. Das österreichische Gesundheitswesen<br/>4.3. Das Gesundheitswesen in der Schweiz<br/><b>5. Gesundheitstourismus</b><br/>5.1. Deutschland als Reiseland<br/>5.2. Neuer Gesundheitstourismus<br/>5.3. Wachstumsgründe<br/>5.4. Potenziale und Chancen<br/>5.5. Outgoing-Tourismus<br/><b>6. Fraud &amp; Corruption - Betrug und Korruption im Gesundheitswesen?</b><br/>6.1. Daten und Fakten<br/>6.2. Erscheinungsformen und Täter<br/>6.3. Abrechnungsproblematik<br/>6.4. Folgen<br/>6.5. Lösungsansätze<br/>6.6. Strafrechtliche Verfolgung<br/><b>7. Betriebliche Gesundheitsvorsorge: Chancen für ein Unternehmen</b><br/>7.1. Ausgangslage<br/>7.2. Bedarf an und Gründe für BGM<br/>7.3. BGM - Definition, Aufgaben, Nutznießer, Ziele und Prinzipien<br/>7.4. Zentrale Handlungsfelder, Nachteile, Stolpersteine und Grenzen<br/>7.5. Mindeststandards, Mitarbeiterbindung und ROI<br/>7.6. Modell eines integrierten BGM</p> |
| <p><b>Literatur:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Busse, R./Schreyögg, J./Tiemann, O. (2010): Management im Gesundheitswesen. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3642013355.</li><li>• Esslinger, A. S./Emmert, M./Schöffski, O. (Hrsg.) (2010): Betriebliches Gesundheitsmanagement. Mit gesunden Mitarbeitern zu unternehmerischem Erfolg. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834920898.</li><li>• Schölkopf, M. (2010): Das Gesundheitswesen im internationalen Vergleich. Gesundheitssystemvergleich und die europäische Gesundheitspolitik. MVW, Berlin. ISBN-13: 978-3939069744.</li><li>• Simon, M. (2009): Das Gesundheitswesen in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise. 3. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456847573.</li></ul>   |
| <p><b>Prüfungsleistungen:</b></p> <p>Klausur, 90 Min.</p>   |
| <p><b>Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150</b></p> <p>Selbststudium (in Std.): 90<br/>Selbstüberprüfung (in Std.): 30<br/>Tutorien (in Std.): 30</p>  |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BWGM02  | <b>Kursname:</b><br>Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h                               |
|   |  | <b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS                                |
| <b>Kurstyp:</b> PflichtWahlpflicht,<br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b> Minimaldauer 1 Semester |  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                      |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |

## **Beschreibung des Kurses:**

Aufbauend auf den Einführungen werden die gesetzlichen Grundlagen, die Anbieter- und Nachfragestrukturen des Gesundheitsmarktes unter besonderer Berücksichtigung der unmittelbaren Gesundheitsversorgung sowie die Finanzierungswege dargestellt.

## **Kursziele:**

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses

- sind die Studierenden in der Lage, die strukturellen und ökonomischen sowie die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen des Gesundheitswesens zu analysieren und zu bewerten.
- können die Studierenden auf Basis erworbener Kenntnisse die Grundzüge von Entscheidungen im Gesundheitswesen erkennen und eine eigene, selbstständige Entscheidungsfindung entwickeln.
- verfügen die Studierenden über ein Grundverständnis der Prozesse im Gesundheitswesen.
- können die Studierenden bereits vorhandene betriebswirtschaftliche Kenntnisse auf die Mechanismen des Gesundheitsmanagements vertieft anwenden.
- können die Studierenden die Regulierungen gesetzlicher Eingriffe verstehen, analysieren und in eigene Entscheidungen mit einbeziehen.
- besitzen die Studierenden ein umfassendes Verständnis für Finanzierungs- und Entscheidungsprozesse, die ihnen sowohl bei einer Tätigkeit innerhalb als auch außerhalb der Gesundheitswirtschaft von großen Nutzen sein werden.

## **Lehrmethoden:**

Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

## **Inhalte des Kurses:**

### **1. Gesetzliche Grundlagen**

- 1.1 Gesetzliche Krankenversicherung (SGB V)
- 1.2 Soziale Pflegeversicherung (SGB XI)
- 1.3 Sozialhilfe (SGB XII)
- 1.4 Rehabilitation (SGB IX)

### **2. Finanzierung**

- 2.1 Finanzierung der gesetzlichen Krankenversicherung
- 2.2 Finanzierung der privaten Krankenversicherung
- 2.3 Finanzierung der Berufsgenossenschaften
- 2.4 Finanzierung des zweiten Gesundheitsmarkts
- 2.5 Gesundheitsfonds
- 2.6 DRG
- 2.7 Ambulanter Bereich

### **3. Leistungsanbieter -Analyse ambulanter und stationärer Anbieter**

- 3.1 Ambulanter Sektor
- 3.2 Stationärer Sektor

### **4. Das Krankenhausfinanzierungssystem unter Berücksichtigung des DRG-Systems**

- 4.1 Marktspezifische Besonderheiten der Leistungserstellung im Krankenhaus

### **5. Ambulante Versorgung**

- 5.1 Von der Einzelpraxis zum Medizinischen Versorgungszentrum (MVZ)

**Literatur:**

- Busse, R./Schreyögg, J./Stargardt, T. (Hrsg.) (2013): Management im Gesundheitswesen. Das Lehrbuch für Studium und Praxis. 3. Auflage, Springer, Berlin. ISBN-13:
- Fleß, S. (2013): Grundlagen der Gesundheitsökonomie: Eine Einführung in das wirtschaftliche Denken im Gesundheitswesen. 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3642309182.
- Mediengruppe Oberfranken (Hrsg.) (2014): KU Gesundheitsmanagement Sonderheft. Krankenhausfinanzierungsrecht 2014. Mediengruppe Oberfranken, Bamberg. ISBN-13: 978-3944002415.
- Rau, F./Roeder, N./Hensen, P. (Hrsg.) (2009): Auswirkungen der DRG-Einführung in Deutschland. Standortbestimmung und Perspektiven. Kohlhammer, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170203495.
- Walhalla Fachredaktion (Hrsg.) (2014): Das gesamte Sozialgesetzbuch SGB I bis SGB XII. 17. Auflage, Walhalla Fachverlag, Regensburg. ISBN-13: 978-3802919749.
- Wernitz, M.H./Pelz, J. (2010): Gesundheitsökonomie und das deutsche Gesundheitswesen. Ein praxisorientiertes Lehrbuch für Studium und Beruf. Kohlhammer, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170215641.

**Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

**Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**  
**Recht (BREC-01)**  
**5 ECTS**

|  |                                |  |
|--|--------------------------------|--|
| <b>Modulbezeichnung:</b>   | <b>Recht</b>                   |  |
| <b>Modulnummer:</b><br>BREC-01   | <b>Semester:</b><br>1 Semester | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester   |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht, Wahlpflicht<br><br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs   |                                | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS   |
| <b>Workload:</b> 150 h   |                                | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS   |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine  |                                | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch  |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recht I (Einführung) (BREC01-01)</li> <li>• Recht II (Vertiefung) (BREC02-01)</li> </ul>   |                                | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90h<br>Selbstüberprüfung: 30h<br>Tutorien: 30h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System  |                                | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Esther Hartwich   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Finanzmanagement</li> <li>• Bachelor Personalmanagement</li> <li>• Bachelor Marketing</li> <li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li> <li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> </ul>  |                                | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Handelsrecht</li> <li>• Unternehmensrecht</li> <li>• Marketing</li> </ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b><br><br>Das Lernziel dieses Moduls ist erreicht, wenn die Studierenden einen allgemeinen Einblick in das Rechtssystem und das Wirtschaftsprivatrecht gewonnen haben. Sie können grundlegende rechtliche Fragestellungen erfassen und verstehen, sodass sie analysieren können, zu welchem Rechtsgebiet ein Sachverhalt gehört; differenzieren können zwischen verschiedenen Rechtsgeschäften und die Anforderungen an deren Wirksamkeit kennen; beurteilen können, ob ein vertragliches oder gesetzliches Schuldverhältnis gegeben ist und daraus resultierende Konsequenzen darlegen können; evaluieren können, ob eine Klausel gegen die gesetzlichen Regelungen für allgemeine Geschäftsbedingungen verstößt. |                                |  |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>  |                                |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Rechts</li> <li>• Einführung in das Bürgerliche Recht</li> <li>• Vertragliche Schuldverhältnisse</li> <li>• Gesetzliche Schuldverhältnisse</li> <li>• Sachenrecht</li> <li>• Gewerblicher Rechtsschutz</li> <li>• Wettbewerbsrecht</li> </ul>  |                                |  |
| <b>Lehrmethoden:</b>   |                                |  |

|  |  |                             |
|--|--|-----------------------------|
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen |                             |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br><br>5 ECTS von 90 ECTS = 5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                  | <b>Abschlussprüfungen:</b>  |
|  | Siehe Kursbeschreibungen                                 | Modulklausur 90 Min. (100%) |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BREC01-01   | <b>Kursname:</b><br>Recht I (Einführung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>90 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>3 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> PflichtWahlpflicht,<br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><br><b>Kursdauer:</b> Minimaldauer 1 Semester   |  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                            |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung       |
| <b>Beschreibung des Kurses:</b><br><br>Der erste Teil des Moduls „Recht“ vermittelt das Basiswissen, auf dem die weiteren Module aufbauen. Den Anforderungen der Praxis entsprechend wird neben der allgemeinen Einführung ein Schwerpunkt auf den allgemeinen Teil des Bürgerlichen Gesetzbuchs gelegt.<br><br><b>Kursziele:</b><br>Das Lehrziel des Kurses ist erreicht, wenn die Studierenden einen allgemeinen Einblick in das Rechtssystem und das Zivilrecht gewonnen haben. Sie können grundlegende rechtliche Fragestellungen erfassen und verstehen, so dass sie analysieren können, zu welchem Rechtsgebiet ein Sachverhalt gehört; differenzieren können zwischen verschiedenen Rechtsgeschäften und die Anforderungen an deren Wirksamkeit kennen; beurteilen können, ob ein vertragliches oder gesetzliches Schuldverhältnis gegeben ist und daraus resultierende Konsequenzen darlegen können; evaluieren können, ob eine Klausel gegen die gesetzlichen Regelungen für allgemeine Geschäftsbedingungen verstößt.<br><br><b>Lehrmethoden:</b><br>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.<br><br><b>Inhalte des Kurses:</b><br><b>1 Grundlagen des Rechts</b><br>1.1 Rechtsgebiete<br>1.2 Rechtsquellen<br>1.3 Vorrang des Gesetzes<br>1.4 Methodik der Rechtsanwendung<br><b>2 Einführung in das Bürgerliche Recht</b><br>2.1 Natürliche und juristische Personen<br>2.2 Sachen<br>2.3 Rechtsgeschäfte<br>2.4 Mängel bei Rechtsgeschäften<br>2.5 Vertragsschluss<br>2.6 Stellvertretung<br><b>3 Vertragliche Schuldverhältnisse</b> |  |  |



- 3.1 Allgemeine Geschäftsbedingungen
- 3.2 Verträge mit besonderen Vertriebsformen
- 3.3 Fristen und Verjährung
- 3.5 Schadensersatz
- 3.6 Leistungsstörungen
- 3.7 Beendigung von Schuldverhältnissen

#### **4 Gesetzliche Schuldverhältnisse**

- 4.1 Geschäftsführung ohne Auftrag
- 4.2 Ungerechtfertigte Bereicherung
- 4.3 Unerlaubte Handlung

#### **5 Sachenrecht**

- 5.1 Besitz
- 5.2 Eigentum
- 5.3 Sicherungsrechte

#### **Literatur:**

- Bürgerliches Gesetzbuch (z. B. Beck-Texte im dtv)
- Schade, F. (2009): Wirtschaftsprivatrecht. 2. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170210875.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 45 Min.

#### **Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 60**

Selbststudium (in Std.): 54  
Selbstüberprüfung (in Std.) 18  
Tutorien (in Std.): 18

|   |   |  |
|---|---|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BREC02-01   | <b>Kursname:</b><br>Recht II (Vertiefung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>60 h                                |
|   |   | <b>ECTS Punkte:</b><br>2 ECTS                                |
| <b>Kurstyp:</b> PflichtWahlpflicht,<br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b> Minimaldauer 1 Semester |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>BREC01                     |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |

## **Beschreibung des Kurses:**

Der zweite Teil des Moduls „Recht“ vertieft die in Teil I erworbenen Kenntnisse. Allgemeine bürgerlich-rechtliche Grundsätze werden auf die spezielle Situation in Unternehmen übertragen. Außer wirtschaftstypischen Schuldverhältnissen werden besondere Rechtsfragen des gewerblichen Rechtsschutzes und Wettbewerbsrechts behandelt.

## **Kursziele:**

Die Studierenden haben den Kurs erfolgreich abgeschlossen, wenn sie folgende Kompetenzen erworben haben:

- Einordnung eines Rechtsgeschäfts in einen bestimmten Vertragstyp
- Kenntnisse der rechtlichen Anforderungen an den spezifischen Vertrag und dessen Durchführung
- Anwendung des Rechts der Leistungsstörungen auf Beispielsfälle
- Einordnung von gewerblichen Schutzrechten und Verständnis der Anforderungen an die Registrierung und Durchsetzung der Schutzrechte
- Beurteilung der Risiken von Marketingmaßnahmen

## **Lehrmethoden:**

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.

## **Inhalte des Kurses:**

### **1 Kaufvertrag**

1.1 Kaufvertrag

### **2 Mietvertrag**

2.1 Mietvertrag

### **3 Darlehensvertrag**

3.1 Darlehensvertrag

### **4 Kreditsicherheiten**

4.1 Kreditsicherheiten

### **5 Werkvertrag**

5.1 Werkvertrag

### **6 Diensvertrag**

6.1 Dienstvertrag

### **7 Gewerblicher Rechtsschutz**

7.1 Patentrecht

7.2 Gebrauchsmusterrecht

7.3 Designrecht

7.4 Markenrecht

### **8 Wettbewerbsrecht**

8.1 Recht des unlauteren Wettbewerbs

8.2 Wettbewerbsbeschränkungen

**Literatur:**

- Bürgerliches Gesetzbuch (z. B. Beck-Texte im dtv)
- Fühlich, E. (2010): Wirtschaftsprivatrecht. Privatrecht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht. 10. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800637409.
- Schade, F. (2009): Wirtschaftsprivatrecht. Grundlagen des Bürgerlichen Rechts sowie des Handels- und Wirtschaftsrechts. 2. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170210875.

**Prüfungsleistungen:**

Klausur, 45 Min.

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 60**

Selbststudium (in Std.): 36

Selbstüberprüfung (in Std.) 12

Tutorien (in Std.): 12

**Modul**  
**Marketing (BMAR-01)**  
**5 ECTS**

|   |                                |   |
|---|--------------------------------|---|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Marketing</b>               |   |
| <b>Modulnummer:</b><br>BMAR-01  | <b>Semester:</b><br>1 Semester | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht  |                                | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS  |
| <b>Workload:</b> 150 h  |                                | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |                                | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch   |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing I (BMAR01-01)</li> <li>• Marketing II (BMAR02-01)</li> </ul>  |                                | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90 h<br>Selbstüberprüfung: 30 h<br>Tutorien: 30 h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |                                | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Prof. Dr. Maren Weber  |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Finanzmanagement</li> <li>• Bachelor Personalmanagement</li> <li>• Bachelor Marketing</li> <li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li> <li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> <li>• Bachelor Soziale Arbeit</li> <li>• Bachelor Pflegemanagement</li> <li>• Bachelor Logistikmanagement</li> </ul>  |                                | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BWL</li> <li>• Planen und Entscheiden</li> <li>• Unternehmensgründung und Innovationsmanagement</li> </ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b>  |                                |   |
| <p><b>Marketing I</b><br/>Nach erfolgreichem Abschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die Studierenden die Grundbegriffe und Grundlagen im Marketing.</li> <li>• verstehen die Studierenden die Begriffe Markenmanagement und Positionierung.</li> <li>• können die Studierenden die Marketing-Instrumente (4 Ps) unterscheiden.</li> <li>• erkennen die Studierenden die Zusammenhänge im Marketingmix.</li> </ul> <p><b>Marketing II</b><br/>Nach erfolgreichem Abschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verstehen die Studierenden die Bedeutung des Konsumentenverhaltens.</li> <li>• kennen die Studierenden den Kaufentscheidungsprozess und die Einflussfaktoren auf diesen Prozess.</li> <li>• sind die Studierenden mit dem Thema der Kundensegmentierung vertraut.</li> <li>• haben die Studierenden die Wichtigkeit der Kundenzufriedenheit sowie der Kundenbindung erkannt.</li> </ul> |                                |   |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>   |                                |   |

**Marketing I**

- Grundlagen des Marketings
- Produktpolitik
- Kommunikationspolitik
- Preispolitik
- Distributionspolitik

**Marketing II**

- Grundlagen der Konsumentenverhaltensforschung
- Marketingbotschaft
- Kaufentscheidungsmodelle
- Marktforschung und Segmentierung
- Kundenzufriedenheit

|  |  |                               |
|--|--|-------------------------------|
| <b>Lehrmethoden:</b>   |  |                               |
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen |                               |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br><br>5 ECTS von 90 ECTS = 5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                  | <b>Abschlussprüfungen:</b>    |
|  | Siehe Kursbeschreibungen                                 | Modulklausur, 90 Min. (100 %) |

|   |                                 |  |
|---|---------------------------------|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BMAR01-01   | <b>Kursname:</b><br>Marketing I | <b>Gesamtstunden:</b><br>90 h                                |
|   |                                 | <b>ECTS Punkte:</b><br>3 ECTS                                |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b> Minimaldauer 1 Semester      |                                 | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                      |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System |                                 | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |



## **Beschreibung des Kurses:**

Ziel des Kurses ist es, den Studierenden die grundlegenden Konzepte und Begriffe des operativen Marketings zu vermitteln. Sie erhalten einen Einblick in die unterschiedlichen Ansätze des Marketings im Unternehmen und werden vertraut mit dem Management von Produkten und Marken sowie mit dem Begriff der Positionierung im Markt.

Der Kurs vermittelt den Studierenden das Grundwerkzeug des Marketings anhand des Marketingmix. Im Detail wird auf die vier Elemente des Marketingmix eingegangen, also die Produkt-, Kommunikations-, Preis- und Distributionspolitik. Die Zusammenhänge und das Zusammenspiel der einzelnen Elemente wird durch Beispiele aus der Praxis verdeutlicht. Die Studierenden lernen, dass der Erfolg eines Produkts von einer konsistenten und konsequenten Umsetzung der einzelnen Elemente im operativen Marketing abhängt.

## **Kursziele:**

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses

- kennen die Studierenden die Grundbegriffe und Grundlagen im Marketing.
- verstehen die Studierenden die Begriffe Markenmanagement und Positionierung.
- können die Studierenden die Marketing-Instrumente (4 Ps) unterscheiden.
- erkennen die Studierenden die Zusammenhänge im Marketingmix.

## **Lehrmethoden:**

Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

## **Inhalte des Kurses:**

### **1. Grundlagen des Marketings**

- 1.1 Begriffe des Marketings
- 1.2 Markenführung, Positionierung und Wettbewerbsstrategien
- 1.3 Marketingmanagement

### **2. Produktpolitik**

- 2.1 Begriffe der Produktpolitik
- 2.2 Gestaltungsfelder der Produktpolitik
- 2.3 Innovationsmanagement

### **3. Kommunikationspolitik**

- 3.1 Integrierte Marketingkommunikation.
- 3.2 Instrumente der massenmedialen Kommunikation
- 3.3 Instrumente der persönlichen Kommunikation

### **4. Preispolitik**

- 4.1 Die Stellung der Preispolitik im Marketing
- 4.2 Preispolitische Strategien
- 4.3 Preisbestimmung und Konditionierung

### **5. Distributionspolitik**

- 5.1 Grundlagen der Distributionspolitik
- 5.2 Vertikale Gestaltung des Vertriebssystems
- 5.3 Horizontale Gestaltung des Vertriebssystems

**Literatur:**

- Armstrong, G./Kotler, P./Opresnik, M. O. (2016): Marketing. An Introduction. 13. Auflage, Pearson, London. ISBN-13: 978-1292146508.
- Blythe, J. (2006): Essentials of Marketing Communications. 3. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-0273702054.
- Blythe, J. (2012): Essentials of Marketing. 5. Auflage, Pearson, London. ISBN-13: 978-0273757689.
- Bruhn, M. (2014): Unternehmens- und Marketingkommunikation. Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement. 3. Auflage, Vahlen, München, ISBN-13: 978-3800648580.
- Diller, H. (2007): Preispolitik. 4. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170194922.
- Egan, J. (2015): Marketing Communications. 2. Auflage, SAGE, Thousand Oaks (CA). ISBN-13: 978-1446259030.
- Großklaus, R. H. G. (2009): Praxisbuch Produktmanagement. Marktanalysen und Marketingstrategien. Positionierung und Preisfindung. Mediaplanung und Agenturauswahl. Verlag moderne Industrie, Landsberg am Lech, ISBN-13: 978-3868801545.
- Homburg, C./Krohmer, H. (2009): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834914972.
- Kotler, P. et al. (2010): Grundlagen des Marketing. 5. Auflage, Pearson, München. ISBN-13: 978-3868940145.
- Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M. (2014): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele. 12. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658023430.
- Simon, H./Fassnacht, M. (2016): Preismanagement. Strategie – Analyse – Entscheidung – Umsetzung. 4. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658118709.

**Prüfungsleistungen:**

Klausur, 45 Minuten

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 90**

Selbststudium (in Std.): 54

Selbstüberprüfung (in Std.): 18

Tutorien (in Std.): 18

|   |                                  |  |
|---|----------------------------------|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BMAR02-01   | <b>Kursname:</b><br>Marketing II | <b>Gesamtstunden:</b><br>60 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>2 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b> Minimaldauer 1 Semester  |                                  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>BMAR01-01                        |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |                                  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung       |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Ziel des Kurses ist es, ein tieferes Verständnis für das Verhalten der unterschiedlichen Konsumenten zu wecken. Die Studierenden lernen die Grundlagen der Konsumentenverhaltensforschung kennen. Der Kurs geht auf verschiedene Kaufentscheidungsmodelle ein und untersucht die Faktoren der Konditionierung, Lernen und Emotionen, welche Kaufentscheidungen maßgeblich beeinflussen. Auch hier dienen Beispiele dazu, die Verbindung zwischen Theorie und Praxis herzustellen.</p> <p>Das Thema Segmentierung des Marktes wird im Zusammenhang mit der Marktforschung detailliert beleuchtet. Hier werden die Studierenden mit den wichtigsten Instrumenten und Methoden vertraut.</p> <p>Ein weiterer wichtiger Themenbereich des Marketings ist die Kundenzufriedenheit und die Kundenbindung, welche eng miteinander verbunden sind. Hier werden Kundenerwartungen und verschiedene Maßnahmen zur Kundenbindung vorgestellt und vertieft.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verstehen die Studierenden die Bedeutung des Konsumentenverhaltens.</li> <li>• kennen die Studierenden den Kaufentscheidungsprozess und die Einflussfaktoren auf diesen Prozess.</li> <li>• sind die Studierenden mit dem Thema der Kundensegmentierung vertraut.</li> <li>• haben die Studierenden die Wichtigkeit der Kundenzufriedenheit sowie der Kundenbindung erkannt.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Grundlagen der Konsumentenverhaltensforschung</b></p> <p>1.1 Relevanz und Begriffe der Konsumentenverhaltensforschung<br/>         1.2 Private und professionelle Konsumenten<br/>         1.3 Theoretische Grundlagen</p> <p><b>2. Konsumenten und die Marketingbotschaft</b></p> <p>2.1 Aktivierende Prozesse<br/>         2.2 Kognitive Prozesse<br/>         2.3 Moderatoren aus der Umwelt</p> <p><b>3. Kaufentscheidungsmodelle</b></p> |                                  |  |

3.1 Der Kaufentscheidungsprozess

3.2 Arten von Kaufentscheidungen

3.3 Theorien zur Kaufentscheidung

#### **4. Marktforschung und Segmentierung**

4.1 Relevanz und Begriffe der Marktforschung

4.2 Methoden und Instrumente der Marktforschung

4.3 Methoden der Segmentierung

#### **5. Kundenzufriedenheit**

5.1 Relevanz und Begriff der Kundenzufriedenheit

5.2 Kundenbindung

5.3 Beziehungsmarketing

#### **Literatur:**

- Babin, B. J./Harris, E. G. (2015): Consumer Behavior. 7. Auflage, South-Western/Cengage, Boston. ISBN-13: 978-1305403222.
- Foscht, T./Swoboda, B./Schramm-Klein, H. (2015): Käuferverhalten. Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen. 5. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658085483.
- Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten, 10. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800646180.
- Sethna, Z./Blythe, J. (2016): Consumer Behavior. 3. Auflage, SAGE, Thousand Oaks (CA). ISBN-13: 978-1473919136.
- Solomon, M. R. (2014): Consumer Behavior. Buying, Having, and Being. 11. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-1292017419.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 45 Minuten

#### **Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 60**

Selbststudium (in Std.): 36

Selbstüberprüfung (in Std.): 12

Tutorien (in Std.): 12

# Semester 2

# **Modul**

## **Dienstleistungsmanagement im Gesundheitswesen (DLGDMG)**

**5 ECTS**

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Dienstleistungsmanagement im Gesundheitswesen</b> |  |
| <b>Modulnummer:</b><br>DLGDMG   | <b>Semester:</b><br>2 Semester                       | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester   |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht  |  | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS   |
| <b>Workload:</b> 150 h  |  | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS   |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |  | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch  |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dienstleistungsmanagement im Gesundheitswesen (DLGDMG01)</li> </ul>   |  | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90h<br>Selbstüberprüfung: 30h<br>Tutorien: 30h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |  | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Sven Lueke  |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> <li>• Bachelor Pflegemanagement</li> </ul>  |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medizin für Nichtmediziner</li> <li>• Health Care Management</li> <li>• Krankenhausmanagement</li> <li>• Pflegemanagement</li> <li>• Gesundheitsökonomie</li> </ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b><br><br>Nach erfolgreichem Abschluss sollen Studierende <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Besonderheiten des Dienstleistungsmanagements verinnerlicht haben und die Bedeutung für das Gesundheitswesen einschätzen können.</li> <li>• einen differenzierten Blick auf Leistungen im Gesundheitswesen besitzen, der ihnen Möglichkeiten und Grenzen der Gestaltung, Entwicklung und Steuerung von Dienstleistungen eröffnet.</li> <li>• Ansätze und Wege erfahren haben, um Dienstleistungen unter Berücksichtigung ihrer Besonderheiten zu vermarkten.</li> <li>• aktuelle Praxisbeispiele für Dienstleistungen in der ambulanten und stationären Gesundheitsversorgung kennen.</li> </ul> |  |  |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>   |  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffe und Eigenschaften sowie Perspektiven, Dimensionen und Funktionen des Dienstleistungsmanagements</li> <li>• Möglichkeiten und Grenzen der Gestaltung, Entwicklung und Steuerung von Dienstleistungen im Gesundheitswesen</li> <li>• Marketing von Gesundheit und Gesundheitsdienstleistungen</li> <li>• Aktuelle Praxisbeispiele des Dienstleistungsmanagements im Gesundheitswesen: berufsgruppen- sowie sektoren- und disziplinübergreifende Dienstleistungen</li> </ul>   |  |  |
| <b>Lehrmethoden:</b>  |  |  |

|  |  |                                    |
|--|--|------------------------------------|
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung |                                    |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br><br>5 ECTS von 90 ECTS = 5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                | <b>Abschlussprüfungen:</b>         |
|  | Siehe Kursbeschreibung                                 | Präsenzmodulklausur 90 Min. (100%) |



|   |   |                                |
|---|---|--------------------------------|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLGDMG01  | <b>Kursname:</b><br>Dienstleistungsmanagement im Gesundheitswesen | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h |
|   |   | <b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS  |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>                              | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                           |                                |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung      |                                |

### **Beschreibung des Kurses:**

In diesem Kurs setzen sich die Studierenden intensiv mit dem Management von Dienstleistungen im Gesundheitswesen auseinander. Hierzu zählt ein Großteil der Leistungen im Gesundheitswesen (z. B. Diagnostik, Therapie, Pflege). Die Besonderheiten von Dienstleistungen im Vergleich zu Produkten (z. B. Arzneimittel, Medizinprodukte) machen sowohl eine spezifische Betrachtung der Gestaltungs-, Entwicklungs- und Steuerungsmöglichkeiten notwendig als auch eine Auseinandersetzung aus Sicht des Marketings. Ferner werden einige ausgewählte Beispiele von Dienstleistungen aus der Versorgungspraxis herausgearbeitet, die auf die unterschiedlichen Rollen, Pflichten und Handlungsspielräume der Akteure im Gesundheitswesen eingehen.

### **Kursziele:**

Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende

- die Besonderheiten des Dienstleistungsmanagements verinnerlicht haben und die Bedeutung für das Gesundheitswesen einschätzen können.
- einen differenzierten Blick auf Leistungen im Gesundheitswesen besitzen, der ihnen Möglichkeiten und Grenzen der Gestaltung, Entwicklung und Steuerung von Dienstleistungen eröffnet.
- Ansätze und Wege erfahren haben, um Dienstleistungen unter Berücksichtigung ihrer Besonderheiten zu vermarkten.
- aktuelle Praxisbeispiele für Dienstleistungen in der ambulanten und stationären Gesundheitsversorgung kennen.

### **Lehrmethoden:**

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.

### **Inhalte des Kurses:**

#### **1. Begriffsannäherung: Dienst, Leistung und deren Management**

- 1.1 Wirtschaftliche Einordnung und Bedeutung von Dienstleistungen
- 1.2 Definition des Begriffes „Dienstleistung“
- 1.3 Der Managementbegriff

#### **2. Perspektiven und Dimensionen des Dienstleistungsmanagements**

- 2.1 Perspektiven des Dienstleistungsmanagements
- 2.2 Dimensionen des Dienstleistungsmanagements

#### **3. Funktionen des Dienstleistungsmanagements**

- 3.1 Externes Dienstleistungsmanagement

3.2 Internes Dienstleistungsmanagement

#### **4. Gestaltung, Entwicklung und Steuerung im Dienstleistungsmanagement**

4.1 Gestaltungsfunktion des Dienstleistungsmanagements

4.2 Entwicklungsfunktion des Dienstleistungsmanagements

4.3 Steuerungsfunktion des Dienstleistungsmanagements

#### **5. Vom Dienstleistungspotenzial zum Produkt (Dienstleistungsmarketing)**

5.1 Besonderheiten und Aufgaben des Dienstleistungsmarketings

5.2 Operatives Dienstleistungsmarketing: Die „4 P“ als Instrumente des Marketingmixes

5.3 Die Dienstleistungsmarke

#### **6. Spezifische Dienstleistungen und deren Management in der Medizin**

6.1 Besondere Herausforderungen in der Medizin

6.2 Spezifische Dienstleistungen in der Medizin

#### **7. Spezifische Dienstleistungen und deren Management in der Pflege**

7.1 Besondere Herausforderungen in der Pflege

7.2 Spezifische Dienstleistungen in der Pflege

#### **8. Notwendige und mögliche Dienstleistungen nach Sektoren**

8.1 Dienstleistungen im stationären Bereich

8.2 Dienstleistungen im ambulanten Bereich

#### **9. Sektoren- und disziplinübergreifende Dienstleistungen und ihr Management**

9.1 Sektoren- und disziplinübergreifende Dienstleistungen

Literatur:

- Bouncken, R. B./Pfannstiel, M. A./Reuschl, A. J. (Hrsg.) (2013): Dienstleistungsmanagement im Krankenhaus I. Prozesse, Produktivität und Diversität. Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658008727.
- Corsten, H./Gössinger, R. (2007): Dienstleistungsmanagement. 5. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486582376.
- Fließ, S. (2009): Dienstleistungsmanagement. Kundenintegration gestalten und steuern. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834900241.
- Haller, S. (2012): Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente. 5. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834934710.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

#### **Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**

**Buchführung und Bilanzierung  
(BBUB-01)**

**5 ECTS**

|  |                                     |  |
|--|-------------------------------------|--|
| <b>Modulbezeichnung:</b>   | <b>Buchführung und Bilanzierung</b> |  |
| <b>Modulnummer:</b><br>BBUB-01   | <b>Semester:</b><br>2 Semester      | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester   |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht, Wahlpflicht<br><br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs   |                                     | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS   |
| <b>Workload:</b> 150 h   |                                     | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS   |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine  |                                     | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch  |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buchführung und Bilanzierung I (Einführung) (BBUB01-01)</li> <li>• Buchführung und Bilanzierung II (Vertiefung) (BBUB02-01)</li> </ul>   |                                     | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90 h<br>Selbstüberprüfung: 30 h<br>Tutorien: 30 h  |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System  |                                     | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Prof. Dr. Michaela Seybold  |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Finanzmanagement</li> <li>• Bachelor Personalmanagement</li> <li>• Bachelor Marketing</li> <li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li> <li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> <li>• Bachelor Soziale Arbeit</li> <li>• Bachelor Pflegemanagement</li> <li>• Bachelor Logistikmanagement</li> </ul> |                                     | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BWL I + II</li> <li>• Finanzierung I + II</li> <li>• Investition I + II</li> <li>• Kosten-und Leistungsrechnung I + II</li> <li>• Controlling I + II</li> </ul> |

**Qualifikations- und Lernziele des Moduls:****Buchführung und Bilanzierung I (Einführung)**

Nach erfolgreichem Abschluss

- kennen die Studierenden die fundamentalen Grundlagen des externen Rechnungswesens.
- kennen die Studierenden die einschlägigen Fachbegriffe auf dem Gebiet der Bilanzierung.
- sind die Studierenden in der Lage, den Stellenwert der externen Rechnungslegung im Gesamtunternehmenskontext zu beurteilen.
- entwickeln die Studierenden die Fähigkeit, die Elemente der Rechnungslegung in der Buchhaltungspraxis zu unterscheiden und anzuwenden.
- können die Studierenden Geschäftsvorfälle selbstständig unter Anwendung der Methode der doppelten Buchführung, darstellen und analysieren.
- können die Studierenden selbstständig einfache Jahresabschlüsse erstellen.

**Buchführung und Bilanzierung II (Vertiefung)**

Nach erfolgreichem Abschluss

- kennen die Studierenden die verschiedenen Positionen der Aktiv- und Passivseite der Bilanz.
- kennen die Studierenden die Grundregeln der Bilanzierung und Bewertung der verschiedenen Positionen der Bilanz.
- entwickeln die Studierenden die Fähigkeit, Transaktionen, welche die genannten Bilanzpositionen betreffen, zu erfassen und selbstständig zu verbuchen.
- können die Studierenden die wichtigsten Instrumente der Bilanzanalyse selbstständig benennen und anwenden.
- sind die Studierenden in der Lage, die Jahresabschlüsse von verschiedenen Unternehmen zu vergleichen und zu evaluieren.
- können die Studierenden selbstständig komplexere Jahresabschlüsse erstellen und werten.
- sind die Studierenden in der Lage, basierend auf dem Jahresabschluss den Erfolg eines Unternehmens zu beurteilen.

**Lehrinhalt des Moduls:****Buchführung und Bilanzierung I (Einführung)**

- Die Aufgaben und Ziele der Finanzbuchhaltung
- Die Bilanz als Ausgangspunkt der doppelten Buchführung
- Die Buchungen des Warenverkehrs
- Die Verbuchung ausgewählter Geschäftsvorfälle
- Die Erstellung des Jahresabschlusses

**Buchführung und Bilanzierung II (Vertiefung)**

- Basiselemente der Bilanzierung
- Ansatz und Bewertung des Anlagevermögens nach HGB
- Ansatz und Bewertung des Umlaufvermögens nach HGB
- Ansatz und Bewertung des Fremdkapitals nach HGB
- Jahresabschlussanalyse nach HGB

**Lehrmethoden:****Literatur:**

Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen

**Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::**

5 ECTS von 90 ECTS = 5.56%

**Prüfungszulassungsvoraussetzung:**

Siehe Kursbeschreibungen

**Abschlussprüfungen:**

Modulklausur, 90 Min. (100 %)

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BBUB01-01  | <b>Kursname:</b><br>Buchführung und Bilanzierung I<br>(Einführung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>90 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>3 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht, Wahlpflicht<br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><br><b>Kursdauer:</b>   |  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                            |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung       |
| <b>Beschreibung des Kurses:</b><br><br>In diesem Kurs erhalten die Studierenden einen praxisorientierten Überblick über das externe Rechnungswesen sowie die Grundbegriffe und verrechnungstechnischen Grundlagen der doppelten Buchführung. Es folgen Abschnitte über Bilanzierungsgrundsätze, die Erfassung von Geschäftsvorfällen und die Aufstellung von Finanzberichten. Der Kurs orientiert sich am Handelsgesetzbuch (HGB).<br><br><b>Kursziele:</b><br>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die Studierenden die fundamentalen Grundlagen des externen Rechnungswesens.</li> <li>• kennen die Studierenden die einschlägigen Fachbegriffe auf dem Gebiet der Bilanzierung.</li> <li>• sind die Studierenden in der Lage, den Stellenwert der externen Rechnungslegung im Gesamtunternehmenskontext zu beurteilen.</li> <li>• entwickeln die Studierenden die Fähigkeit, die Elemente der Rechnungslegung in der Buchhaltungspraxis zu unterscheiden und anzuwenden.</li> <li>• können die Studierenden Geschäftsvorfälle selbstständig unter Anwendung der Methode der doppelten Buchführung, darstellen und analysieren.</li> <li>• können die Studierenden selbstständig einfache Jahresabschlüsse erstellen.</li> </ul> <b>Lehrmethoden:</b><br>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.<br><br><b>Inhalte des Kurses:</b><br><b>1 Die Aufgaben und Ziele der Finanzbuchhaltung</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Begriffe und Ziele des Rechnungswesens</li> <li>1.2 Adressaten und Teilgebiete des betrieblichen Rechnungswesens</li> <li>1.3 Gesetzliche Vorschriften und Rahmenbedingungen</li> <li>1.4 Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und Rechnungslegungsgrundsätze</li> <li>1.5 Rechengrößen des Rechnungswesens</li> </ol> <b>2 Die Bilanz als Ausgangspunkt der doppelten Buchführung</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Inventar und Inventur</li> <li>2.2 Bilanz</li> </ol> |  |  |

2.3 Gewinn- und Verlustrechnung

2.4 Technik der doppelten Buchführung

2.5 Organisation der Buchhaltung

### **3 Die Buchungen des Warenverkehrs**

3.1 Sachkonten beim Einkauf und Verkauf

3.2 Kunden- und Lieferantenskonti, Rabatte und Boni

3.3 Debitoren- und Kreditorenkonten

### **4 Die Verbuchung ausgewählter Geschäftsvorfälle**

4.1 Buchungen im Personalbereich

4.2 Buchungen im Anlagevermögen

4.3 Darlehen und Zinsen

4.4 Steuern

4.5 Anzahlungen

### **5 Die Erstellung des Jahresabschlusses**

5.1 Funktionen und gesetzliche Vorschriften

5.2 Irrelevanz der Zahlungswirkung, Rechnungsabgrenzungen und Rückstellungen

5.3 Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung

5.4 Eigenkapitalveränderungsrechnung und Kapitalflussrechnung

5.5 Anhang und Lagebericht

#### **Literatur:**

- Coenenberg, A. G. et al. (2016): Einführung in das Rechnungswesen. Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung. 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791035529.
- Eisele, W./Knobloch, A. P. (2011): Technik des betrieblichen Rechnungswesens. Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen. 8. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800637843.
- Möller, H. P./Hüfner, B./Ketteniß, H. (2012): Buchführung und Finanzberichte. Grundlagen, Anwendung. 4. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658006327.
- Weber, J./Weißberger, B. E. (2010): Einführung in das Rechnungswesen. Bilanzierung und Kostenrechnung. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791034362.
- Wöhe, G. (2011): Bilanzierung und Bilanzpolitik. Betriebswirtschaft, Handelsrecht und Steuerrecht. 10. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800637454.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 45 Minuten

#### **Zeitaufwand Studierende (in Std.): 90**

Selbststudium (in Std.): 54

Selbstüberprüfung (in Std.): 18

Tutorien (in Std.): 18

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BBUB02-01  | <b>Kursname:</b><br>Buchführung und Bilanzierung II<br>(Vertiefung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>60 h                                |
|  |   | <b>ECTS Punkte:</b><br>2 ECTS                                |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht, Wahlpflicht<br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><br><b>Kursdauer:</b>   |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>BBUB01-01                  |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |
| <b>Beschreibung des Kurses:</b><br><br>Dieser Kurs befasst sich – aufbauend auf Grundlagenwissen – mit den wesentlichen Elementen des Jahresabschlusses. Insbesondere werden die einzelnen Bilanzpositionen im Hinblick auf die Bilanzierung dem Grunde nach wie auch in ihrer Erst- und Folgebewertung näher analysiert. Daraufaufgehend werden Ziele und Methoden der Bilanzanalyse dargestellt.<br><br><b>Kursziele:</b><br>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die Studierenden die verschiedenen Positionen der Aktiv- und Passivseite der Bilanz.</li> <li>• kennen die Studierenden die Grundregeln der Bilanzierung und Bewertung der verschiedenen Positionen der Bilanz.</li> <li>• entwickeln die Studierenden die Fähigkeit, Transaktionen, welche die genannten Bilanzpositionen betreffen, zu erfassen und selbstständig zu verbuchen.</li> <li>• können die Studierenden die wichtigsten Instrumente der Bilanzanalyse selbstständig benennen und anwenden.</li> <li>• sind die Studierenden in der Lage, die Jahresabschlüsse von verschiedenen Unternehmen zu vergleichen und zu evaluieren.</li> <li>• können die Studierenden selbstständig komplexere Jahresabschlüsse erstellen und werten.</li> <li>• sind die Studierenden in der Lage, basierend auf dem Jahresabschluss den Erfolg eines Unternehmens zu beurteilen.</li> </ul> <b>Lehrmethoden:</b><br>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.<br><br><b>Inhalte des Kurses:</b><br><b>1 Basiselemente der Bilanzierung</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Ansatz von Vermögensgegenständen und Schulden</li> <li>1.2 Bilanzausweis</li> <li>1.3 Grundlagen der Bewertung</li> <li>1.4 Zugangsbewertung: Anschaffungs- und Herstellungskosten</li> <li>1.5 Grundlagen der Folgebewertung</li> </ol> <b>2 Ansatz und Bewertung des Anlagevermögens nach HGB</b> |   |  |



2.1 Definition, Erst- und Folgebewertung, Abgänge

2.2 Sachanlagevermögen

2.3 Immaterielles Anlagevermögen

2.4 Finanzanlagen

### **3 Ansatz und Bewertung des Umlaufvermögens nach HGB**

3.1 Definition, Erst- und Folgebewertung

3.2 Vorräte

3.3 Forderungen

3.4 Bewertungseinheiten

3.5 Wertpapiere und flüssige Mittel

### **4 Ansatz und Bewertung des Fremdkapitals nach HGB**

4.1 Definition und Ausweis

4.2 Rückstellungarten

4.3 Bewertung von Verbindlichkeiten und Rückstellungen

4.4 Behandlung des Disagios

### **5 Jahresabschlussanalyse nach HGB**

5.1 Ziele und Grundlagen der Jahresabschlussanalyse

5.2 Analyse der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Literatur:

- Coenenberg, A. G. et al. (2016): Einführung in das Rechnungswesen. Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung. 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791035529.
- Eisele, W./Knobloch, A. P. (2011): Technik des betrieblichen Rechnungswesens. Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen. 8. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800637843.
- Möller, H. P./Hüfner, B./Ketteniß, H. (2012): Buchführung und Finanzberichte. Grundlagen, Anwendung. 4. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658006327.
- Weber, J./Weißberger, B. E. (2010): Einführung in das Rechnungswesen. Bilanzierung und Kostenrechnung. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791034362.
- Wöhe, G. (2011): Bilanzierung und Bilanzpolitik. Betriebswirtschaft, Handelsrecht und Steuerrecht. 10. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800637454.

### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 45 Minuten

### **Zeitaufwand Studierende (in Std.): 60**

Selbststudium (in Std.): 36

Selbstüberprüfung (in Std.): 12

Tutorien (in Std.): 12

**Modul**

**Qualitätsmanagement im  
Gesundheitswesen (DLGQMG)**

**5 ECTS**

|   |  |   |
|---|--|---|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen</b> |   |
| <b>Modulnummer:</b><br>DLGQMG   | <b>Semester:</b><br>2 Semester                 | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht  |  | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS  |
| <b>Workload:</b> 150 h  |  | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |  | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch   |
| <b>Kurse im Modul:</b><br><br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen (DLGQMG01)</li> </ul>  |  | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90h<br>Selbstüberprüfung: 30h<br>Tutorien: 30h  |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |  | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Stefanie André   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Pflegemanagement</li> </ul>   |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Health Care Management</li> <li>• Dienstleistungsmanagement</li> <li>• Krankenhausmanagement</li> <li>• Pflegemanagement</li> </ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b><br><br>Nach der Teilnahme an diesem Modul sollen Studierende <ul style="list-style-type: none"> <li>• einschlägige Kenntnisse über Begriffe, Ansatzpunkte, Aufgaben, Konzepte und Modelle des Qualitätsmanagements allgemein und sektorbezogen besitzen.</li> <li>• grundsätzliche unternehmerische Bewertungen von Qualitätsanforderungen, -normen, -konzepten und, -modellen sowie deren Bedeutung für eine erfolgreiche ambulante oder stationäre Heilbehandlung, Pflege und Rehabilitation vornehmen können.</li> <li>• das Erlernte praktisch auf ihr Arbeitsfeld übertragen können, d. h. Qualitätsmerkmale kennen, Prüfverfahren anwenden und einen Einblick in extern durchgeführte Akkreditierungs-, Zertifizierungsverfahren und dementsprechende interne Dokumentationspflichten gewonnen haben.</li> <li>• Maßnahmen und Instrumente des Qualitätsmanagements sowie den wissenschaftlichen Fortschritt kennen, welche die Entwicklung eines standardisierten und zeitgemäßen Qualitätsmanagements vorantreiben.</li> </ul> |  |   |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>   |  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesundheitswesen und Qualität: Entwicklungen, Grundlagen und Anforderungen</li> <li>• Zentrale Begriffe und Definitionen von Qualität</li> <li>• Einordnung, Ziele und Aufgaben von Qualitätsmanagement</li> <li>• Qualitätsmanagementnormen, -konzepte und -modelle</li> <li>• Zertifizierung, Akkreditierung und Audit</li> <li>• Instrumente und Bausteine des Qualitätsmanagements</li> </ul>  |  |   |
| <b>Lehrmethoden:</b>  |  |   |

|  |  |                            |
|--|--|----------------------------|
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung |                            |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br><br>5 ECTS von 90 ECTS = 5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                | <b>Abschlussprüfungen:</b> |
|  | Siehe Kursbeschreibung                                 | Klausur 90 Min. (100%)     |

|  |  |                                |
|--|--|--------------------------------|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLGQMG01   | <b>Kursname:</b><br>Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen  | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h |
|  |  | <b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS  |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                      |                                |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |                                |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Die Studierenden erhalten in diesem Kurs einen Überblick über die Bedeutung der Qualität bei der Erbringung von Gesundheitsdienstleistungen, den gesetzlichen Anforderungen an das Qualitätsmanagement und die Rolle und Instrumente des Qualitätsmanagements im Managementsystem. Die Studierenden beschäftigen sich mit verschiedenen Normen, Konzepten und Modellen des Qualitätsmanagements (DIN EN ISO, TQM, EFQM, KTQ und weitere) und verbinden die Anforderungen aus der Anwendung dieser Grundlagen in verschiedenen Wirtschaftssektoren mit möglichen Gestaltungsaufgaben und Herausforderungen, die sie im ambulanten und stationären Gesundheitsmarkt erwarten.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• einschlägige Kenntnisse über Begriffe, Ansatzpunkte, Aufgaben, Konzepte und Modelle des Qualitätsmanagements allgemein und sektorbezogen besitzen.</li> <li>• grundsätzliche unternehmerische Bewertungen von Qualitätsanforderungen, -normen, -konzepten und, -modellen sowie deren Bedeutung für eine erfolgreiche ambulante oder stationäre Heilbehandlung, Pflege und Rehabilitation vornehmen können.</li> <li>• das Erlernte praktisch auf ihr Arbeitsfeld übertragen können, d. h. Qualitätsmerkmale kennen, Prüfverfahren anwenden und einen Einblick in extern durchgeführte Akkreditierungs-, Zertifizierungsverfahren und dementsprechende interne Dokumentationspflichten gewonnen haben.</li> <li>• Maßnahmen und Instrumente des Qualitätsmanagements sowie den wissenschaftlichen Fortschritt kennen, welche die Entwicklung eines standardisierten und zeitgemäßen Qualitätsmanagements vorantreiben.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Gesundheitswesen zwischen Qualität, Kostendenken und Vorschriften</b></p> <p>1.1 Überblick über Entwicklungen in Medizin und Pflege sowie im Qualitätsmanagement</p> <p>1.2 Gesetzliche Grundlagen, Rahmenbedingungen und Umsetzungsbereiche von Qualitätsmanagement und -sicherheit</p> <p><b>2. Zentrale Begriffe und Definitionsansätze</b></p> <p>2.1 Qualitätsbegriff</p> <p>2.2 Qualitätsindikatoren</p> <p><b>3. Qualitätsmanagement: Einordnung, Ziele und Aufgaben</b></p> |  |                                |

3.1 Einordnung und Ziele

3.2 Zentrale Begriffe und deren Zusammenhänge

#### **4. Qualitätsmanagementsysteme**

4.1 Die Normengruppe DIN EN ISO 9000ff

4.2 Total-Quality-Management

4.3 EFQM-Modell

4.4 Weitere Modelle

#### **5. Zertifizierung und Akkreditierung: politisch-legislative und ökonomische Perspektive**

5.1 Zertifizierung

5.2 Akkreditierung

5.3 Unterschiede und Gemeinsamkeiten

5.4 Audit

#### **6. Instrumente und Bausteine des Qualitätsmanagements**

6.1 Dokumentation

6.2 Prozessbeschreibungen, Anweisungen und weitere Dokumente managen

6.3 Benchmarking

6.4 Beschwerdemanagement

Literatur:

- Hahne, B. (2011): Qualitätsmanagement im Krankenhaus – Konzepte, Methoden, Implementierungshilfen. Symposion Publishing GmbH, Düsseldorf. ISBN 978-3-939707530.
- Krüger-Brand, H. E. (2013): Qualitätsmanagement: Europäischer Standard verfügbar. In: Deutsches Ärzteblatt, 110. Jg., Heft 39, Köln. ISSN 0012-1207.
- Müller, J. F. W. (2004): Organisationsentwicklung und Personalentwicklung im Qualitätsmanagement der Einrichtungen des Sozial- und Gesundheitswesens am Beispiel Altenhilfe. Rainer Hampp Verlag, München/Mering. ISBN 978-3-879888603.
- Sailer, R./Wienke, A. (2013): Ist zertifizierte Qualität wirklich bessere Qualität? Über den Nutzen von Krankenhaus- und Praxiszertifikaten. GMS Mitteilung aus der AWMF, Köln. ISSN 1860-4269. (URL: <http://www.egms.de/static/de/journals/awmf/2013-10/awmf000280.shtml> [letzter Zugriff: 20.11.2017]).

Weitere Literatur siehe Studienskript.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

#### **Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**

**Kosten- und Leistungsrechnung  
(BKLR)**

**5 ECTS**

|   |                                      |   |
|---|--------------------------------------|---|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Kosten- und Leistungsrechnung</b> |   |
| <b>Modulnummer:</b><br>BKLR   | <b>Semester:</b><br>2 Semester       | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht  |                                      | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS  |
| <b>Workload:</b> 150 h  |                                      | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |                                      | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch   |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kosten- und Leistungsrechnung I (Einführung) (BKLR01)</li> <li>• Kosten- und Leistungsrechnung II (Vertiefung) (BKLR02)</li> </ul>  |                                      | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90h<br>Selbstüberprüfung: 30h<br>Tutorien: 30h  |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |                                      | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Prof. Dr. Andreas Kaiser   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Finanzmanagement</li> <li>• Bachelor Personalmanagement</li> <li>• Bachelor Marketing</li> <li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li> <li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> <li>• Master General Management</li> </ul>  |                                      | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BWL I und II</li> <li>• Buchführung und Bilanzierung I + II</li> <li>• Finanzierung I + I</li> <li>• Investition I + II</li> <li>• Controlling I + II</li> </ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b>  |                                      |   |
| <b>Kosten- und Leistungsrechnung I:</b><br>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,  |                                      |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundlagen der Kostenrechnung in ihrer Bedeutung für das betriebliche Rechnungswesen einzuordnen.</li> <li>• alle kostenrelevanten Grundbegriffe zu benennen, einzuordnen und zu verwenden.</li> <li>• Kosten nach Arten, Stellen und Trägern zu berechnen und aufzuschlüsseln.</li> <li>• die Überführung der Kosten zwischen diesen drei Kategorien durchzuführen.</li> </ul>  |                                      |   |
| <b>Kosten- und Leistungsrechnung II:</b><br>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,   |                                      |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• die wesentlichen Besonderheiten und Methoden der fortgeschrittenen Kostenrechnung zu benennen, einzuordnen und anzuwenden.</li> <li>• eine detaillierte Plankostenrechnung zu analysieren und aufzustellen sowie die notwendigen unternehmerischen Schlüsse daraus zu ziehen.</li> <li>• eine einstufige wie mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung zu konzipieren und implementieren.</li> <li>• für konkrete unternehmerische Entscheidungen die geeigneten Instrumentarien und Daten auszuwählen und anzuwenden. Dies umfasst unter anderem Analysen zum Break-even, Entscheidungen über Eigenfertigung/Fremdbezug, Preiskalkulationen oder Optimierungen von Produktionsprogrammen.</li> </ul> |                                      |   |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>   |                                      |   |



**Kosten- und Leistungsrechnung I:**

- Einführung in die KLR
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung
- Deckungsbeitragsrechnung

**Kosten- und Leistungsrechnung II:**

- Teilkostenrechnung
- Plankostenrechnung
- Prozesskostenrechnung
- Zielkostenrechnung
- Kostenmanagement

|   |  |                                    |
|---|--|------------------------------------|
| <b>Lehrmethoden:</b>  |  |                                    |
| <b>Literatur:</b>   | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen |                                    |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms::</b><br>5 ECTS von 90 ECTS = 5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                  | <b>Abschlussprüfungen:</b>         |
|   | Siehe Kursbeschreibungen                                 | Präsenzmodulklausur 90 Min. (100%) |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BKLR01   | <b>Kursname:</b><br>Kosten- und Leistungsrechnung I<br>(Einführung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>90 h                                |
|  |   | <b>ECTS Punkte:</b><br>3 ECTS                                |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>   |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                      |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |
| <b>Beschreibung des Kurses:</b>  |   |  |
| <p>Die Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) gehört neben der Finanzbuchhaltung zum betrieblichen Rechnungswesen und informiert das Unternehmen über die Wirtschaftlichkeit seines operativen Geschäfts. Die Kosten- und Leistungsrechnung dient damit der innerbetrieblichen Planung, Steuerung und Kontrolle durch die Unternehmensleitung. Der Kurs Kosten- und Leistungsrechnung I (KLR I) stellt die Einführung in das Thema dar. Zu Beginn des Kurses werden die Grundbegriffe der KLR eingeführt. Darauf aufbauend werden die vier wesentlichen Bestandteile der Istkostenrechnung erläutert. Als erstes wird die Kostenartenrechnung dargestellt, die vermittelt, welche Kosten in der Abrechnungsperiode entstanden sind. In der darauf aufbauenden Kostenstellenrechnung werden die entstandenen Kosten den verursachenden Betriebsteilen zugeordnet. In der Kostenträgerrechnung wird berechnet, wofür die Kosten angefallen sind. Die Kostenträgerrechnung unterscheidet nach Stückrechnung und Zeitrechnung. Alle beschriebenen Kursinhalte werden in Theorie, zugehörigen Fallstudien und praxisorientierten Übungen vermittelt. Die Studierenden erhalten damit einen fundierten Einblick sowohl in die begrifflichen und inhaltlichen als auch in die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Kostenrechnung.</p> |   |  |
| <b>Kursziele:</b>  |   |  |
| <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundlagen der Kostenrechnung in ihrer Bedeutung für das betriebliche Rechnungswesen einzuordnen.</li> <li>• alle kostenrelevanten Grundbegriffe zu benennen, einzuordnen und zu verwenden.</li> <li>• Kosten nach Arten, Stellen und Trägern zu berechnen und aufzuschlüsseln.</li> <li>• die Überführung der Kosten zwischen diesen drei Kategorien durchzuführen.</li> </ul>   |   |  |
| <b>Lehrmethoden:</b>   |   |  |
| <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p>   |   |  |
| <b>Inhalte des Kurses:</b>   |   |  |
| <b>1. Einführung in das betriebliche Rechnungswesen</b>  |   |  |
| 1.1 Überblick: Notwendigkeit und Funktionen des betrieblichen Rechnungswesens  |   |  |
| 1.2 Gliederung des betrieblichen Rechnungswesens   |   |  |
| 1.3 Ausblick: Rechnungswesen und Controlling   |   |  |
| <b>2. Grundbegriffe der Kostenrechnung</b>   |   |  |
| 2.1 Erfolgsbegriffe im Rechnungswesen  |   |  |
| 2.2 Die Grundbegriffe auf unterschiedlichen Ebenen des Rechnungswesens   |   |  |
| 2.3 Zweckmäßige Unterscheidungskategorien von Kosten   |   |  |
| 2.4 Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung   |   |  |
| <b>3. Kostenrechnungsarten</b>   |   |  |
| 3.1 Aufgaben und Gliederungsprinzipien der Kostenartenrechnung   |   |  |

- 3.2 Durchführung der Kostenartenrechnung: Abgrenzungsrechnung
- 3.3 Die Erfassung und Bewertung der Grundkosten I: Materialkosten
- 3.4 Die Erfassung und Bewertung der Grundkosten II: Personalkosten, Dienstleistungskosten und Abgaben
- 3.5 Die Ermittlung der kalkulatorischen Kosten I: Kalkulatorische Abschreibungen
- 3.6 Die Ermittlung der kalkulatorischen Kosten II: Kalkulatorische Zinsen
- 3.7 Ermittlung der kalkulatorischen Kosten III: Kalkulatorische Wagnisse, Unternehmerlohn und Miete

#### **4. Kostenstellenrechnung**

- 4.1 Aufgaben der Kostenstellenrechnung
- 4.2 Gliederung des Betriebes in Kostenstellen
- 4.3 Der Betriebsabrechnungsbogen (BAB)
- 4.4 Verteilung der sekundären Gemeinkosten (innerbetriebliche Leistungsverrechnung)
- 4.5 Bildung von Kalkulationssätzen
- 4.6 Kosten- und Wirtschaftlichkeitskontrolle

#### **5. Kostenträgerrechnung**

- 5.1 Kostenträgerstückrechnung
- 5.2 Divisionskalkulation und Äquivalenzziffernkalkulation
- 5.3 Zuschlagskalkulation
- 5.4 Kostenträgerzeitrechnung (Betriebsergebnisrechnung)

#### **6. Teilkostenrechnung**

- 6.1 Einführung in die Teilkostenbetrachtung
- 6.2 Teilkostenbetrachtung in der Kostenträgerstückrechnung

#### Literatur:

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T. (2009): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 7. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791028448.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2008): Kostenrechnung 1. Grundlagen. 10. Auflage, NWB, Herne/Berlin. ISBN-13: 978-3482707308.
- Rollwage, N. (2010): Kosten- und Leistungsrechnung. 7. Auflage, WRW, Köln. ISBN-13: 978-3034200257.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 45 Min.

#### **Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 90**

Selbststudium (in Std.): 54  
Selbstüberprüfung (in Std.) 18  
Tutorien (in Std.): 18

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BKLR02  | <b>Kursname:</b><br>Kosten- und Leistungsrechnung II<br>(Vertiefung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>60 h                                |
|   |  | <b>ECTS Punkte:</b><br>2 ECTS                                |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>                              |  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>BKLR01                     |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |

## **Beschreibung des Kurses:**

Der Kurs Kosten- und Leistungsrechnung II stellt die Vertiefung von KLR I dar. Aufbauend auf den Kenntnissen des Grundkurses wird das Wissen zur Kosten- und Leistungsrechnung erweitert und vertieft. Während KLR I sich auf Elemente der Istkostenrechnung beschränkt, werden in KLR II die Plankostenrechnung und die Deckungsbeitragsrechnung eingeführt. Des Weiteren wird im Kursthema Kostenmanagement der praktische Einsatz von Ist- und Plankostenrechnung anhand von praxisrelevanten Managementaufgaben erläutert. Dazu gehören die Berechnung des Break-even, Prozesskostenrechnung oder die Planung von Produktionsprogrammen.

Der Kurs schließt ab mit einer Betrachtung der Anforderungen an Daten und Datenstruktur zur erfolgreichen Kostenrechnung.

Alle beschriebenen Kursinhalte werden in Theorie, zugehörigen Fallstudien und praxisorientierten Übungen vermittelt.

## **Kursziele:**

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Besonderheiten und Methoden der fortgeschrittenen Kostenrechnung zu benennen, einzuordnen und anzuwenden.
- eine detaillierte Plankostenrechnung zu analysieren und aufzustellen sowie die notwendigen unternehmerischen Schlüsse daraus zu ziehen.
- eine einstufige wie mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung zu konzipieren und implementieren.
- für konkrete unternehmerische Entscheidungen die geeigneten Instrumentarien und Daten auszuwählen und anzuwenden. Dies umfasst unter anderem Analysen zum Break-even, Entscheidungen über Eigenfertigung/Fremdbezug, Preiskalkulationen oder Optimierungen von Produktionsprogrammen.

## **Lehrmethoden:**

Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

## **Inhalte des Kurses:**

### **1. Grundzüge des Kostenmanagements**

- 1.1 Von der Kostenrechnung zum Kostenmanagement
- 1.2 Maßnahmen des Kostenmanagements
- 1.3 Instrumente des Kostenmanagements

### **2. Deckungsbeitragsrechnung**

- 2.1 Grundzüge der Teilkostenrechnung
- 2.2 Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung
- 2.3 Relative Einzelkostenrechnung

### **3. Anwendungen der Deckungsbeitragsrechnung**

- 3.1 Sortimentspolitik
- 3.2 Wahl des optimalen Produktionsverfahrens
- 3.3 Weitere Anwendungsbereiche moderner Deckungsbeitragsrechnung

### **4. Kostenanalyse mit Break-even- und Plankostenrechnung**

- 4.1 Grundmodelle der Break-even-Analyse
- 4.2 Abweichungsanalysen des Break-even-Modells
- 4.3 Aufbau und Vorgehensweise der Plankostenrechnung
- 4.4 Durchführung der Plankostenrechnung

### **5. Prozesskostenrechnung**

- 5.1 Entwicklung der Prozesskostenrechnung
- 5.2 Durchführung der Prozesskostenrechnung
- 5.3 Aussagekraft der Prozesskostenrechnung

### **6. Markt- und zeitbezogenes Kostenmanagement**

- 6.1 Target Costing (Zielkostenrechnung)
- 6.2 Life Cycle Costing
- 6.3 Benchmarking

Literatur:

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T. (2009): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 7. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791028448.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2008): Kostenrechnung 1. Grundlagen. 10. Auflage, NWB, Herne/Berlin. ISBN-13: 978-3482707308.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2009): Kostenrechnung 2. Deckungsbeitragsrechnung. 9. Auflage, NWB, Herne/Berlin. ISBN-13: 978-3482707499.
- Rollwage, N. (2010): Kosten- und Leistungsrechnung. 7. Auflage, WRW, Köln. ISBN-13: 978-3034200257.
- Zingel, H. (2008): Kosten- und Leistungsrechnung. Wiley-VCH, Weinheim. ISBN-13: 978-3527503889.

**Prüfungsleistungen:**

Klausur, 45 Min.

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 60**

Selbststudium (in Std.): 36

Selbstüberprüfung (in Std.): 12

Tutorien (in Std.): 12

**Modul**

**Gesundheit und Prävention  
(DLGGUP)**

**5 ECTS**

|   |  |   |
|---|--|---|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Gesundheit und Prävention</b>                       |   |
| <b>Modulnummer:</b><br>DLGGUP   | <b>Semester:</b><br>2 Semester                         | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht  |  | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS  |
| <b>Workload:</b> 150 h  |  | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |  | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch   |
| <b>Kurse im Modul:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Gesundheit und Prävention (DLGGUP01)</li></ul>  |  | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90h<br>Selbstüberprüfung: 30h<br>Tutorien: 30h  |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |  | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Thomas Schübel   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li><li>• Bachelor Pflegemanagement</li></ul>  |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Medizin für Nichtmediziner</li><li>• Health Care Management</li><li>• Fallmanagement</li><li>• Sozialpolitik</li></ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b><br><br>Nach der Teilnahme an diesem Modul sollen Studierende<br><ul style="list-style-type: none"><li>• die theoretischen Grundlagen von Gesundheitsförderung und Prävention erläutern können.</li><li>• Kenntnisse über Präventionsansätze und deren Evaluation erlangt haben.</li><li>• einen Überblick über wichtige Institutionen der Gesundheitsförderung erlangt haben.</li><li>• spezielle Präventionsansätze zur Vermeidung ausgewählter Krankheiten kennen (Atemwegserkrankungen, Krebserkrankungen, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Hauterkrankungen, Infektionskrankheiten, psychischen Erkrankungen).</li></ul> |  |   |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b><br><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Theoretische Grundlagen von Gesundheitsförderung und Prävention</li><li>• Evaluation von Prävention und Gesundheitsförderung</li><li>• Institutionen der Gesundheitsförderung in Deutschland</li><li>• Spezielle Präventionsansätze anhand ausgewählter Krankheiten</li></ul>  |  |   |
| <b>Lehrmethoden:</b>  |  |   |
| <b>Literatur:</b>   | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung |   |



|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br>5 ECTS von 90 ECTS = 5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b><br><br>Siehe Kursbeschreibungen | <b>Abschlussprüfungen:</b><br><br>Klausur 90 Min. (100%) |
|--|---|--|

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLGGUP01   | <b>Kursname:</b><br>Gesundheit und Prävention | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>   |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                             |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Im Kurs geht es um Theorien und Methoden von Gesundheitsförderung und Prävention, ferner um Ansätze der Evaluation entsprechender Maßnahmen. Im Zentrum stehen Ansatzpunkte der primären, sekundären und tertiären Prävention der Entstehung, Entwicklung und Ausprägung häufiger Krankheitsbilder. Die Studierenden erwerben theoretische Kenntnisse über die Erkennung, Einschätzung und Bemessung von Gesundheitsrisiken und lernen die Grundlagen der Anwendung möglicher Präventionsinstrumente kennen. Zudem werden die Aufgaben präventionsrelevanter Institutionen des Gesundheitssystems behandelt.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die theoretischen Grundlagen von Gesundheitsförderung und Prävention erläutern können.</li> <li>• Kenntnisse über Präventionsansätze und deren Evaluation erlangt haben.</li> <li>• einen Überblick über wichtige Institutionen der Gesundheitsförderung erlangt haben.</li> <li>• spezielle Präventionsansätze zur Vermeidung ausgewählter Krankheiten kennen (Atemwegserkrankungen, Krebserkrankungen, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Hauterkrankungen, Infektionskrankheiten, psychischen Erkrankungen).</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Einführung in die Prävention und die Gesundheitsförderung</b></p> <p>1.1 Was verstehen wir unter Gesundheitsförderung und Prävention?<br/> 1.2 Theoretische Grundlagen von Ideen zu Gesundheitsförderung und Prävention<br/> 1.3 Chronische Krankheiten<br/> 1.4 Evaluation von Prävention und Gesundheitsförderung<br/> 1.5 Institutionen in Deutschland</p> <p><b>2. Prävention von Atemwegserkrankungen am Beispiel von COPD</b></p> <p>2.1 Atmung sowie Atemwegserkrankungen<br/> 2.2 COPD<br/> 2.3 Prävention durch Tabakentwöhnung</p> <p><b>3. Prävention von Krebserkrankungen am Beispiel von Darmkrebs</b></p> <p>3.1 Der Magen-Darm-Trakt sowie dessen bösartige Erkrankungen</p> |   |   |

3.2 Dickdarmkrebs

3.3 Prävention des Dickdarmkarzinoms

#### **4. Prävention von Herz-Kreislauf-Erkrankungen am Beispiel des metabolischen Syndroms**

4.1 Das metabolische Syndrom

4.2 Therapie des metabolischen Syndroms

4.3 Prävention des metabolischen Syndroms

#### **5. Prävention von Hauterkrankungen am Beispiel des chronischen Handekzems**

5.1 Die Haut und das Handekzem

5.2 Symptome und Therapie des chronischen Handekzems

5.3 Prävention des chronischen Handekzems

#### **6. Prävention von Infektionskrankheiten am Beispiel von HIV**

6.1 Grundlagen zu Infektionen und HIV

6.2 HIV

6.3 Prävention von HIV

#### **7. Prävention von psychischen Erkrankungen am Beispiel Depression**

7.1 Grundlagen

7.2 Symptome und Therapie

7.3 Prävention von Depressionen

Literatur:

- Franke, A. (2012): Modelle von Gesundheit und Krankheit. 3. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456851204.
- Hurrelmann, K./Klotz, T./Haisch, J. (Hrsg.) (2010): Lehrbuch Prävention und Gesundheitsförderung. 3. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456848662.
- Klemperer, D. (2010): Sozialmedizin – Public Health. Lehrbuch für Gesundheits- und Sozialberufe. Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456848242.
- Renneberg, H. (2006): Gesundheitspsychologie. Springer, Berlin. ISBN-13: 978-3540254621.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

#### **Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**  
**Sozialpolitik (DLGSPO)**

**5 ECTS**

|  |                                |   |
|--|--------------------------------|---|
| <b>Modulbezeichnung:</b>   | <b>Sozialpolitik</b>           |   |
| <b>Modulnummer:</b><br>DLGSPO  | <b>Semester:</b><br>2 Semester | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht   |                                | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS  |
| <b>Workload:</b> 150 h   |                                | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine  |                                | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch   |
| <b>Kurse im Modul:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Sozialpolitik (DLGSPO01)</li></ul>   |                                | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 110h<br>Selbstüberprüfung: 20h<br>Tutorien: 20h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System  |                                | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Thomas Neunert   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li><li>• Bachelor Soziale Arbeit Bachelor</li><li>• Pflegemanagement</li></ul>   |                                | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Health Care Management</li><li>• Klinikmanagement</li><li>• Pflegemanagement</li><li>• Gesundheitsökonomie</li><li>• Öffentliches Recht</li><li>• Sozialgeschichte, Philosophie, Ethik</li><li>• Soziologie</li><li>• Zielgruppenarbeit und Fallmanagement</li></ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b><br><br>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen Studierende<br><ul style="list-style-type: none"><li>• spezifische Kenntnisse über sozialpolitische Theorien und Modelle auf der systemischen Makro- und Mikroebene besitzen. Die Studierenden sollen Social Polity, Politics und Policy unterscheiden können.</li><li>• politische Antworten auf ethische Fragen einer rein ökonomischen Betrachtung von Gesundheit und Krankheit in marktgesteuerten und wohlfahrtsstaatlich geprägten Systemen sehen können.</li><li>• grundsätzliche politikwissenschaftliche Bewertungen des Zusammenspiels oder Gegensatzes systemrelevanter Einflussfaktoren in Deutschland (Politik, Wirtschaft, GKV/PKV und Parteien/Verbände) sowie der Rahmenbedingungen vornehmen können.</li></ul> |                                |   |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>  |                                |   |

- Definitionen, Ziel und Prinzipien der Sozialpolitik
- Kurze historische Retrospektive der Sozialpolitik
- Altruistische Wurzeln menschlicher Kooperation
- Liberale Grundlagen der Sozialpolitik
- Soziale Fundamente der Sozialpolitik
- Gesundheitspolitik
- Sozialpolitik weltweit betrachtet

|  |  |   |
|--|--|---|
| <b>Lehrmethoden:</b>   |  |   |
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung |   |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br>5 ECTS von 90 ECTS = 5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                | <b>Abschlussprüfungen:</b>  |
|  | Siehe Kursbeschreibung                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit (100 %)</li> <li>• Präsentation (bestanden / nicht bestanden)</li> </ul> |

|   |                                   |   |
|---|-----------------------------------|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLGSP001  | <b>Kursname:</b><br>Sozialpolitik | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>  |                                   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                             |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |                                   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Die Studierenden lernen grundlegende politikwissenschaftliche und (teils) soziologische Betrachtungsperspektiven auf das Aktionsfeld Sozialpolitik kennen.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• spezifische Kenntnisse über sozialpolitische Theorien und Modelle auf der systemischen Makro- und Mikroebene besitzen. Die Studierenden sollen Social Polity, Politics und Policy unterscheiden können.</li> <li>• politische Antworten auf ethische Fragen einer rein ökonomischen Betrachtung von Gesundheit und Krankheit in marktgesteuerten und wohlfahrtsstaatlich geprägten Systemen sehen können.</li> <li>• grundsätzliche politikwissenschaftliche Bewertungen des Zusammenspiels oder Gegensatzes systemrelevanter Einflussfaktoren in Deutschland (Politik, Wirtschaft, GKV/PKV und Parteien/Verbände) Rahmenbedingungen vornehmen können.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Definitionen, Ziel und Prinzipien der Sozialpolitik</b></p> <p>1.1 Sozialpolitik als eine Form menschlicher Kooperation<br/> 1.2 Ziele der Sozialpolitik<br/> 1.3 Prinzipien der Sozialpolitik</p> <p><b>2. Kurze historische Retrospektive der Sozialpolitik</b></p> <p>2.1 Historischer Hintergrund<br/> 2.2 Bismarcks Erbe</p> <p><b>3. Altruistische Wurzeln menschlicher Kooperation</b></p> <p>3.1 Nächstenliebe als „zweite Natur“<br/> 3.2 Der Blick aus dem Nirgendwo<br/> 3.3 Nächstenliebe als „erste Natur“<br/> 3.4 Epilog</p> <p><b>4. Liberale Grundlagen der Sozialpolitik</b></p> <p>4.1 Der Ursprung von liberalen Ideen und die formellen und materiellen Auffassungen von sozialer Gerechtigkeit</p> |                                   |   |

4.2 Die soziale Funktion des Marktes

4.3 Soziale Gerechtigkeit als „Fairness“

## **5. Soziale Fundamente der Sozialpolitik**

5.1 Solidarismus

5.2 Kommodifizierung der menschlichen Arbeit

5.3 Systemrationalität

5.4 Epilog

## **6. Gesundheitspolitik**

6.1 Gesundheit ist ein „soziales Gut“

6.2 Ziele der Gesundheitspolitik

6.3 Gesundheitspolitische Ansatzpunkte

## **7. Sozialpolitik weltweit betrachtet**

7.1 Globalisierung und Ausgrenzung

7.2 Die drei politischen Ökonomien von Wohlfahrtsstaaten

7.3 Globale Sozialpolitik statt Entwicklungspolitik

Literatur:

- Bäcker, G. et al. (2010): Sozialpolitik und soziale Lage in Deutschland. Band 1: Grundlagen, Arbeit, Einkommen und Finanzierung. 5. Auflage, Springer VS, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3531174778.
- Bäcker, G. et al. (2010): Sozialpolitik und soziale Lage in Deutschland. Band 2: Gesundheit, Familie, Alter und Soziale Dienste. 5. Auflage, Springer VS, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3531174785.
- Roeder, N./Hensen, P./Franz, D. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie, Gesundheitssystem und öffentliche Gesundheitspflege. Ein praxisorientiertes Kurzlehrbuch. 2. Auflage, Deutscher Ärzte-Verlag, Köln. ISBN-13: 978-3769135145.

### **Prüfungsleistungen:**

- Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit
- Präsentation (bestanden / nicht bestanden)

### **Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 110

Selbstüberprüfung (in Std.): 20

Tutorien (in Std.): 20



# Semester 3

**Modul**  
**Fallmanagement (DLGFMG)**  
**5 ECTS**

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Fallmanagement</b>                                  |  |
| <b>Modulnummer:</b><br>DLGFMG   | <b>Semester:</b><br>3 Semester                         | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester   |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht  |  | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS   |
| <b>Workload:</b> 150 h  |  | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS   |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |  | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch  |
| <b>Kurse im Modul:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>Fallmanagement (DLGFMG01)</li></ul>   |  | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90h<br>Selbstüberprüfung: 30h<br>Tutorien: 30h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |  | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Thomas Neunert                            |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b><br>keine   |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b><br>sämtliche Module im Studiengang |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b><br><br>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sollen Studierende<br><ul style="list-style-type: none"><li>die Entstehungszusammenhänge sowie aktuelle Entwicklungen des Case Managements in Pflege, Therapie, Nachsorge, Medizincontrolling und Gesundheitsverwaltung kennen.</li><li>fachspezifische Definitionen, Begriffe und übergreifende Kenntnisse über das Case Management als patienten-, klienten- und systemorientierte Funktion besitzen.</li><li>über Wissen hinsichtlich Methoden und Instrumenten des Case Managements verfügen.</li></ul> |  |  |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b><br><br><ul style="list-style-type: none"><li>Ursprung und Entwicklung des Case Managements</li><li>Definitionen, Begriffe des Case Managements, der Berufsbegriff des Case Managers</li><li>Ziele und Handlungsinhalte des Case Managements nach Sektoren</li><li>Kritik am Rechtsverständnis im Fallmanagement: die Macht der Fallmanager und (wo bleibt) die Mündigkeit der Patientinnen und Patienten.</li></ul>   |  |  |
| <b>Lehrmethoden:</b>  |  |  |
| <b>Literatur:</b>   | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung |  |

|   |   |                            |
|---|---|----------------------------|
| <b>Anteil der Modulnote<br/>an der<br/>Gesamtabschlussnote<br/>des Programms::</b><br><br>5 ECTS von 90 ECTS =<br>5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b> | <b>Abschlussprüfungen:</b> |
|   | Siehe Kursbeschreibung                  | Klausur, 90 Min. (100 %)   |

|  |                                    |   |
|--|------------------------------------|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLGFMG01   | <b>Kursname:</b><br>Fallmanagement | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>   |                                    | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                             |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |                                    | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Die Studierenden lernen grundlegende politikwissenschaftliche und (teils) soziologische Betrachtungsperspektiven und Bestandteile des Case Managements kennen.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Entstehungszusammenhänge sowie aktuelle Entwicklungen des Case Managements in Pflege, Therapie, Nachsorge, Medizincontrolling und Gesundheitsverwaltung kennen.</li> <li>• fachspezifische Definitionen, Begriffe und übergreifende Kenntnisse über das Case Management als patienten-, klienten- und systemorientierte Funktion besitzen.</li> <li>• über Wissen hinsichtlich Methoden und Instrumenten des Case Managements verfügen.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Geschichte des Fallmanagements und aktuelle Ausgangslage</b></p> <p>1.1 Entstehung des Fallmanagements<br/> 1.2 Fallmanagement in Deutschland<br/> 1.3 Ausgangslage und Fallmanagementbedarf im Klinikbereich<br/> 1.4 Ausgangslage und Fallmanagementbedarf in der Altenpflege</p> <p><b>2. Allgemeine Grundlagen des Fallmanagements</b></p> <p>2.1 Zweck, Merkmale und Begründung des Fallmanagements<br/> 2.2 Rechtliche Rahmenbedingungen<br/> 2.3 Ebenen des Fallmanagements<br/> 2.4 Indikationskriterien und Hindernisse für Fallmanagement<br/> 2.5 Exkurs: Weitere Einsatzfelder für Case Management<br/> 2.6 Modi des Fallmanagements</p> <p><b>3. Standort des Fallmanagements im Gesundheitssystem</b></p> <p>3.1 Case Management und Managed Care<br/> 3.2 Case Management und Integrierte Versorgung<br/> 3.3 Case Management und Care Management</p> |                                    |   |

3.4 Case Management und Disease Management

3.5 Case Management und Patientencoaching

3.6 Case Management und Prozessmanagement

#### **4. Träger des Fallmanagements**

4.1 Case Management durch Koordinierungsstellen (= neutrale Stellen)

4.2 Case Management durch Leistungserbringer

4.3 Case Management durch Kosten- bzw. Leistungsträger

4.4 Fallmanagement nach beruflicher Verortung

4.5 Hierarchische Verortung des Fallmanagements

#### **5. Kritik am Fallmanagement**

5.1 Kritiken am Managed-Care-Konzept

5.2 Kritiken am Instrument Case Management

#### **6. Organisationsseitige Implementierungsvoraussetzungen**

6.1 Anforderungen an das Qualitätsmanagement

6.2 Anforderungen an das (Top) Management

6.3 Anforderungen an die Dokumentation

6.4 Anforderungen an die Überprüfung von Qualitätsstandards

#### **7. Leitprinzipien des Fallmanagements**

7.1 Adressatenbezogene Leitprinzipien

7.2 Fachbezogene Leitprinzipien

7.3 Leitprinzipien in Bezug auf gesellschafts- und sozialpolitische Ordnungsaspekte

7.4 Anlass, Zielgruppen, Ziele und Handlungsrahmen

7.5 Rahmenbedingungen für Fallmanagementstandards

#### **8. Ablaufphasen des Fallmanagements**

8.1 Klärungsphase: Access, Case Finding, Intaking

8.2 Assessment

8.3 Serviceplanung

8.4 Linking

8.5 Monitoring

8.6 Evaluation

8.7 Case Management auf der institutionellen Netzwerkebene

#### **9. Ethisches Handeln im Fallmanagement und Ausblick**

9.1 Ethik im Fallmanagement

9.2 Funktionen des Fallmanagers

9.3 Die Macht des Fallmanagers

9.4 Ausblick

Literatur:

- Ewers, M./Schaeffer, D. (Hrsg.) (2005): Case Management in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456842721.
- Weber-Halter, E. (2011): Praxishandbuch Case Management. Professioneller Versorgungsprozess ohne Triage. Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456849690.
- Wendt, W. R. (2010): Case Management im Sozial und Gesundheitswesen. Eine Einführung. 5. Auflage, Lambertus, Freiburg. ISBN-13: 978-3784119588.

**Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**

**Projektmanagement (BPMG)**

**5 ECTS**



|   |                                |   |
|---|--------------------------------|---|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Projektmanagement</b>       |   |
| <b>Modulnummer:</b><br>BPMG   | <b>Semester:</b><br>3 Semester | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht  |                                | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS  |
| <b>Workload:</b> 150 h  |                                | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |                                | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch   |
| <b>Kurse im Modul:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Projektmanagement (BPMG01)</li></ul>  |                                | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90h<br>Selbstüberprüfung: 30h<br>Tutorien: 30h  |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |                                | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Prof. Dr. Jan Pieper   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Bachelor Finanzmanagement</li><li>• Bachelor Personalmanagement</li><li>• Bachelor Marketing</li><li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li><li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li><li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li></ul>   |                                | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Unternehmensführung</li><li>• Controlling I + II</li></ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b><br><br>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,<br><br><ul style="list-style-type: none"><li>• die zentralen Methoden und die unterschiedlichen Planungsinstrumente und -techniken des modernen Projektmanagements anzuwenden und zu analysieren.</li><li>• Projektorganisationen zu verstehen und Projekte sinnvoll in Phasen zu strukturieren.</li><li>• Projektpläne (z.B Zeitpläne, Teilprojektpläne) zu erstellen und Finanz- und Risikopläne im gesamten Projektplan zu integrieren.</li><li>• eine einheitliche Projektplanung vorzubereiten.</li><li>• zu erklären, wie sich mit dem Projektcontrolling das Projekt in der Durchführungsphase managen lässt.</li><li>• die relevanten Informationen im Rahmen der Projektarbeit systematisch zu erfassen und anschaulich darzustellen.</li><li>• zu verstehen, wie ein Projektleiter ein Projekt führt.</li><li>• Projektergebnisse an die verschiedenen Projekt-Stakeholder (Initiatoren, Förderer, Eigentümer, usw.) zu kommunizieren.</li></ul> |                                |   |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b><br><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen des Projektmanagements – Eine Einführung</li><li>• Projektmanagement und -organisation</li><li>• Der Projektrahmen, die Projektstufen und -instrumente</li><li>• Projektabschluss</li></ul>   |                                |   |
| <b>Lehrmethoden:</b>  |                                |   |

|  |  |                             |
|--|--|-----------------------------|
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung |                             |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br><br>5 ECTS von 90 ECTS = 5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                | <b>Abschlussprüfungen:</b>  |
|  | Siehe Kursbeschreibung                                 | Modulklausur 90 Min. (100%) |

|  |                                       |  |
|--|---------------------------------------|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BPMG01   | <b>Kursname:</b><br>Projektmanagement | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h                               |
|  |                                       | <b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS                                |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>   |                                       | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                      |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |                                       | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Ziel des Kurses ist es, den Studierenden die Grundlagen des modernen Projektmanagements zu vermitteln. Dabei stehen die zentralen Methoden und die unterschiedlichen Planungsinstrumente und -techniken des Projektmanagements im Vordergrund. Die Studierenden erfahren, wie ein Projekt organisiert und sinnvoll in Phasen strukturiert wird. Die Aufgaben, die in den einzelnen Phasen zu erledigen sind, damit ein Projekt zum Erfolg wird, werden ebenfalls vermittelt. Die Studierenden lernen, wie Termine, Ressourcen und Kosten geplant, Risiken berücksichtigt und realisierbare Projektpläne erstellt werden. Sie erfahren, welche Aufgaben sich in der Umsetzungsphase dem Projektmanagement stellen und welche Methoden für die Projektsteuerung und das Controlling zur Verfügung stehen. Insgesamt befähigt das Modul die Studierenden, Probleme innerhalb des Projektmanagements zu analysieren und durch die Anwendung der erforderlichen Methoden zu lösen.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die zentralen Methoden und die unterschiedlichen Planungsinstrumente und -techniken des modernen Projektmanagements anzuwenden und zu analysieren.</li> <li>• Projektorganisationen zu verstehen und Projekte sinnvoll in Phasen zu strukturieren.</li> <li>• Projektpläne (z. B. Zeitpläne, Teilprojektpläne) zu erstellen und Finanz- und Risikopläne im gesamten Projektplan zu integrieren.</li> <li>• eine einheitliche Projektplanung vorzubereiten.</li> <li>• zu erklären, wie sich mit dem Projektcontrolling das Projekt in der Durchführungsphase managen lässt.</li> <li>• die relevanten Informationen im Rahmen der Projektarbeit systematisch zu erfassen und anschaulich darzustellen.</li> <li>• zu verstehen, wie ein Projektleiter ein Projekt führt.</li> <li>• Projektergebnisse an die verschiedenen Projekt-Stakeholder (Initiatoren, Förderer, Eigentümer usw.) zu kommunizieren.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Projektmanagement - Darum geht es</b></p> <p>1.1 Die Aktualität von Projektmanagement</p> <p>1.2 Projekte und ihre Eigenschaften</p> <p>1.3 Definition und Aufgabe</p> <p><b>2. Der Projektstart</b></p> <p>2.1 Der Projektstart legt das Fundament</p> |                                       |  |

- 2.2 Projektziele klären
- 2.3 Projektphasen festlegen. Die Grobplanung
- 2.4 Die Stakeholder-Analyse
- 2.5 Risikomanagement
- 2.6 Der Projektstart-Workshop (PSW) und das Kickoff-Meeting

### **3. Projekte führen und organisieren**

- 3.1 Projektleiter und Team
- 3.2 Projektorganisation
- 3.3 Projektkommunikation

### **4. Projektplanung**

- 4.1 Projektstrukturplan (PSP) und Arbeitspakete (AP)
- 4.2 Ablauf und Terminplanung
- 4.3 Netzplantechnik

### **5. Ressourcen, Kosten und Budget planen, und schätzen**

- 5.1 Ressourcenplanung
- 5.2 Kosten-, Finanz- und Budgetplanung
- 5.3 Schätzmethode

### **6. Projektsteuerung und -controlling**

- 6.1 Aufgaben in der Durchführungsphase
- 6.2 Projektcontrolling vorbereiten
- 6.3 Projektsteuerungszyklus
- 6.4 Terminkontrolle

### **7. Integrierte Projektsteuerung: Leistung - Kosten - Zeit**

- 7.1 Kostenkontrolle
- 7.2 Die Ertragswertanalyse
- 7.3 Ursachenanalyse
- 7.4 Steuerungsmaßnahmen
- 7.5 Projektdokumentation
- 7.6 Projektberichte

### **8. Projektabschluss**

- 8.1 Aufgaben in der Projektabschlussphase
- 8.2 Projektabschlussitzung

Literatur:

- Boy, J./Dudek, C./Kuschel, S. (2001): Projektmanagement. 11. Auflage, Gabal, Wiesbaden. ISBN-13: 978-393079905.
- Buttrick, R. (2009): The project workout. The ultimate handbook of project and programme management. 4. Auflage, Prentice Hall. Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-0273723899.
- Gareis, R. (2006): Happy Projects! 3. Auflage, MANZ, Wien. ISBN-13: 978-3214084387.
- Litke, H.-D. (2007): Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement. 5. Auflage, Hanser, München. ISBN-13: 978-3446409972.
- Lock, D. (2007): Project Management. 9. Auflage, Gower. ISBN-13: 978-0566087721.
- Patzak, G./Rattay, G. (2008): Projektmanagement. Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen. 5. Auflage, Linde, Wien. ISBN-13: 978-3714301496.

**Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**

**Abrechnungssysteme (DLGABS)**

**5 ECTS**

|  |  |   |
|--|--|---|
| <b>Modulbezeichnung:</b>   | <b>Abrechnungssysteme</b>                              |   |
| <b>Modulnummer:</b><br>DLGABS  | <b>Semester:</b><br>3 Semester                         | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht   |  | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS  |
| <b>Workload:</b> 150 h   |  | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine  |  | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch   |
| <b>Kurse im Modul:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>Abrechnungssysteme (DLGABS01)</li></ul>  |  | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90h<br>Selbstüberprüfung: 30h<br>Tutorien: 30h  |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System  |  | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Thomas Neunert   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b><br>Bachelor Gesundheitsmanagement   |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>Medizin für Nichtmediziner</li><li>Health Care Management</li><li>Krankenhausmanagement</li><li>Pflegemanagement</li><li>Gesundheitsökonomie</li></ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b><br><br>Nach der Teilnahme an diesem Modul sollen Studierende<br><ul style="list-style-type: none"><li>themenspezifische Kenntnisse über die Gründe der Einführung von Abrechnungsstandards, -systemen und -methoden kennen.</li><li>Details, Stärken und Schwächen von Abrechnungssystemen (Einzelleistungsvergütung Walleistungen, EBM, GOÄ/GOZ, Pflegesätze, Pauschalvergütung, DRG/G-DRG, Mischformen, Codier-Systeme, Sonderentgelte) sehen können.</li><li>Abrechnungsweisen – gesetzlich Versicherte und Zuzahlende, privat Versicherte sowie Selbstzahler – zuordnen können und Ausnahmen kennen.</li><li>grundsätzliche ökonomische Bewertungen der Abrechnungssysteme vor dem Hintergrund von finanzieller und personeller Ressourcenverknappung und sozio-demografischen Wandel durchführen können.</li></ul> |  |   |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>  |  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Vergütung – Wege, Arten und Systematiken in der historischen Perspektive</li> <li>Unterschiede, Stärken, Schwächen von Einzelabrechnung, Fallpauschalen und Mischsystemen (DRG)</li> <li>Vergütungsstrukturen aus Sicht der Leistungsanbieter und Leistungszahler – Compliance</li> </ul>   |  |   |
| <b>Lehrmethoden:</b>   |  |   |
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung |   |

|   |   |                            |
|---|---|----------------------------|
| <b>Anteil der Modulnote<br/>an der<br/>Gesamtabschlussnote<br/>des Programms::</b><br><br>5 ECTS von 90 ECTS =<br>5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b> | <b>Abschlussprüfungen:</b> |
|   | Siehe Kursbeschreibung                  | Klausur, 90 Min. (100 %)   |



|   |  |   |
|---|--|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLGABS01  | <b>Kursname:</b><br>Abrechnungssysteme | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>  |  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                             |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Die Studierenden lernen Abrechnungsarten und -system im ambulanten, stationären und Rehabilitationssektor und deren Entwicklung vor dem Hintergrund ökonomischer und politischer Bedarfe – Kostendeckung, Leistungsorientierung und/oder Kostendeckelung – kennen. Sie erwerben Kenntnisse über die Anwendung einzelner Abrechnungssysteme, ihre Stärken, ihre Schwächen und Entwicklungsbedarfe. Darüber hinaus wird der Unterschied zwischen der Leistungsabrechnung in den unterschiedlichen Sektoren und Einrichtungssettings thematisiert.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• themenspezifische Kenntnisse über die Gründe der Einführung von Abrechnungsstandards, -systemen und -methoden kennen.</li> <li>• Details, Stärken und Schwächen von Abrechnungssystemen (Einzelleistungsvergütung Wahlleistungen, EBM, GOÄ/GOZ, Pflegesätze, Pauschalvergütung, DRG/G-DRG, Mischformen, Codier-Systeme, Sonderentgelte) sehen können.</li> <li>• Abrechnungsweisen – gesetzlich Versicherte und Zuzahlende, privat Versicherte sowie Selbstzahler – zuordnen können und Ausnahmen kennen.</li> <li>• grundsätzliche ökonomische Bewertungen der Abrechnungssysteme vor dem Hintergrund von finanzieller und personeller Ressourcenverknappung und sozio-demografischen Wandel durchführen können.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Gesundheitsökonomie – Sozialversicherungssystem</b></p> <p>1.1 Entwicklung des deutschen Gesundheitssystems<br/> 1.2 GKV-Krankenkassen und Beitragssätze</p> <p><b>2. Leistungsstrukturen – Sektoren</b></p> <p>2.1 Ambulante Versorgung – der Hausarzt<br/> 2.2 Stationäre und teilstationäre Versorgung<br/> 2.3 Pflege – ambulant und stationär<br/> 2.4 Arzneimittel<br/> 2.5 Krankenhaustransport und Rettungsdienste<br/> 2.6 Neuere Entwicklungen der Leistungsstrukturen</p> |  |   |

### **3. Abrechnung im Krankenhaus**

3.1 PKS – Patientenklassifikationssysteme

3.2 Relativgewichte, Case Mix und Case Mix Index

3.3 Verweildauer

3.4 Kodierung ICD-10-GM – Diagnoseklassifikationssystem

3.5 Kodierung OPS – Operations- und Prozedurenschlüssel 2015

3.6 Neue und innovative Behandlungsmethode (NUB)

### **4. Spezialcodes und Anwendung**

4.1 Universal Medical Device Nomenclature System (UMDNS)

4.2 Tumor Node Metastasis (TNM)

### **5. Der Einheitliche Bewertungsmaßstab (EBM) und ambulantes Operieren (AOP)**

5.1 Abrechnung ambulanter Operationen

5.2 Sachkostenabrechnung AOP

5.3 GOÄ – Gebührenordnung für Ärzte

### **6. Pflege**

6.1 Ambulante Pflege

6.2 Vollstationäre und teilstationäre Pflege

#### Literatur:

- Fleß, S./Greiner, W. (2013): Grundlagen der Gesundheitsökonomie. Eine Einführung in das wirtschaftliche Denken im Gesundheitswesen. 3. Auflage, Springer Gabler, Heidelberg. ISBN-13: 978-3642309182.
- Grethler, A. (2011): Fachkunde für Kaufleute im Gesundheitswesen. 2. Auflage, Thieme, Stuttgart. ISBN-13: 978-3131407122.
- Hajen, L./Paetow, H./Schumacher, H. (2013): Gesundheitsökonomie. Strukturen – Methoden – Praxisbeispiele. 7. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170230897.
- Lauterbach, K. W./Stock, S./Brunner, H. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie. Lehrbuch für Mediziner und andere Gesundheitsberufe. 2. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456852836.
- Weber, L. (2007): Das Krankenhaus im DRG-Zeitalter. Fallpauschalen und die Qualitätssicherung. Books on Demand, Norderstedt. ISBN-13: 978-3837000023.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

#### **Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**  
**Unternehmensführung (BUFG)**

**5 ECTS**

|  |                                |  |
|--|--------------------------------|--|
| <b>Modulbezeichnung:</b>   | <b>Unternehmensführung</b>     |  |
| <b>Modulnummer:</b><br>BUFG  | <b>Semester:</b><br>3 Semester | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester   |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht   |                                | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS   |
| <b>Workload:</b> 150 h   |                                | <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS   |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine  |                                | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch  |
| <b>Kurse im Modul:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Unternehmensführung (BUFG01)</li></ul>   |                                | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 90h<br>Selbstüberprüfung: 30h<br>Tutorien: 30h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System  |                                | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Prof. Dr. Georg Berkel  |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Bachelor Finanzmanagement</li><li>• Bachelor Personalmanagement</li><li>• Bachelor Marketing</li><li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li><li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li><li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li></ul>  |                                | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing I + II</li><li>• Finanzierung I + II</li><li>• Investition I + II</li><li>• Personalwesen I + II</li><li>• Controlling I + II</li><li>• Planen und Entscheiden</li><li>• Unternehmensrecht</li><li>• Unternehmensgründung</li><li>• Unternehmensplanspiel</li></ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b><br><br>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls<br><br><ul style="list-style-type: none"><li>• sind die Studierenden in der Lage, idealtypische wie auch reale Kernaspekte und -aufgaben der Unternehmensführung darzustellen.</li><li>• kennen die Studierenden die entscheidungstheoretischen Grundlagen der Führung von Unternehmen und haben sich mit Hilfe des „St. Galler Managementmodells“ einen ganzheitlichen Blick auf dieses Feld erarbeitet.</li><li>• kennen die Studierende wesentlich Kernthemen von normativer und strategischer Unternehmensführung.</li><li>• haben sich die Studierenden eingehend mit den Merkmalen des Strategieentwicklungsprozesses beschäftigt und kennen die Signifikanz der strategischen Kontrolle im Unternehmen.</li></ul> |                                |  |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b><br><br><ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen der Unternehmensführung</li><li>• Deskriptive, präskriptive, und entscheidungstheoretische Perspektiven der Unternehmensführung</li><li>• St. Galler Management Model</li><li>• Strategieentwicklung und strategische Kontrolle</li></ul>  |                                |  |

|  |  |                            |
|--|--|----------------------------|
| <b>Lehrmethoden:</b>   |  |                            |
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung |                            |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br>5 ECTS von 90 ECTS = 5.56% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                | <b>Abschlussprüfungen:</b> |
|  | Siehe Kursbeschreibung                                 | Klausur 90 Min. (100%)     |

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>BUFG01   | <b>Kursname:</b><br>Unternehmensführung | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>   |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                             |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Der Kurs Unternehmensführung setzt sich mit den grundlegenden Methoden und Konzepten der Führung von Unternehmen als sozio-technische Systeme auseinander. Studierende lernen die Relevanz der Führung aus präskriptiver, deskriptiver, entscheidungstheoretischer, und normativer Sicht zu verstehen und die Methoden der modernen Unternehmensführung kennen.</p> <p>Nach einer grundlegenden Einführung in die Führungstheorie werden den Studierenden die in der aktuellen Literatur diskutierten Führungseigenschaften und Führungsstile vermittelt. Besonderes Augenmerk wird dabei auf ein bewährtes ganzheitliches Managementkonzept gelegt, das „St. Galler Management Model“. Abgerundet wird der Kurs durch die Darstellung der Prozesse von Strategieentwicklung und strategischer Kontrolle.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sind die Studierenden in der Lage, idealtypische wie auch reale Kernaspekte und -aufgaben der Unternehmensführung darzustellen.</li> <li>• kennen die Studierenden die entscheidungstheoretischen Grundlagen der Führung von Unternehmen und haben sich mit Hilfe des „St. Galler Managementmodells“ einen ganzheitlichen Blick auf dieses Feld erarbeitet.</li> <li>• kennen die Studierende wesentlich Kernthemen von normativer und strategischer Unternehmensführung.</li> <li>• haben sich die Studierenden eingehend mit den Merkmalen des Strategieentwicklungsprozesses beschäftigt und kennen die Signifikanz der strategischen Kontrolle im Unternehmen.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Unternehmensführung: Mythen und Fakten</b></p> <p>1.1 Grundlegendes zum Thema Unternehmensführung</p> <p>1.2 Ausgewählte präskriptive Aspekte der Unternehmensführung</p> <p>1.3 Ausgewählte deskriptive Aspekte der Unternehmensführung</p> <p>1.4 Unternehmensumwelt-Koordination als Kernaufgabe der Unternehmensführung</p> <p><b>2. Entscheidungstheoretische Perspektiven der Unternehmensführung</b></p> <p>2.1 Grundsätzliches zum Thema Führungsentscheidungen</p> <p>2.2 Führungsentscheidungen als kollektive Entscheidungen</p> |   |   |

2.3 Entscheidungen in gut strukturierten Kontexten

2.4 Entscheidungen in schlecht strukturierten Kontexten

### **3. Unternehmensführung verantwortet das Ganze!**

3.1 Grundsätzliches zum St. Galler Managementmodell

3.2 Handlungsmaßstäbe der Unternehmensführung

### **4. Normative Unternehmensführung: Merkmale und ausgewählte Gestaltungsaufgaben**

4.1 Grundlegendes zum Problemkontext und Gestaltungsziel

4.2 Aktivierungskategorie Unternehmenspolitik

4.3 Strukturkategorie Unternehmensverfassung

4.4 Verhaltenskategorie Unternehmenskultur

### **5. Strategische Unternehmensführung: Merkmale und ausgewählte Aspekte**

5.1 Grundlegendes zum Problemzusammenhang

5.2 Strategiebegriff – Merkmale und Besonderheiten

5.3 Referenzebenen strategischer Programme

5.4 Populäre theoretische Grundlagen strategischen Denkens

### **6. Strategieentwicklungsprozess: Merkmale und ausgewählte Aspekte**

6.1 SWOT-Analyse

6.2 Strategieformulierung

6.3 Strategiewahl

6.4 Strategieimplementierung

6.5 Strategische Kontrolle

Literatur:

- Bruhn, M./Kirchgeorg, M./Meier, J. (2007): Marktorientierte Führung im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834903709.
- Dillerupp, R./Stoi, R. (2010): Unternehmensführung. 3. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800638116.
- Edmüller, A./Jiraneck, H. (2007): Konfliktmanagement. Konflikte vorbeugen, sie erkennen und lösen. 3. Auflage, Haufe, Freiburg. ISBN-13: 978-3448101225.
- Hinterhuber, H. H. (2010): Die 5 Gebote für exzellente Führung. Wie Ihr Unternehmen in guten und in schlechten Zeiten zu den Gewinnern zählt. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M. ISBN-13: 978-3899812282.
- Hinterhuber, H. H./Krauthammer, E. (2005): Leadership – mehr als Management. Was Führungskräfte nicht delegieren dürfen. 4. Auflage, Gabler, Frankfurt a. M. ISBN-13: 978-3409489533.
- Hungenberg, H./Wulf, T. (2007): Grundlagen der Unternehmensführung. 3. Auflage, Springer, Berlin. ISBN-13: 978-3540735199.
- Müller-Stewens, G./Lechner C. (2011): Strategisches Management. Wie strategische Initiativen zum Wandel führen. 4. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791027890.
- Rüegg-Stürm, J. (2002): Das neue St. Galler Management-Modell. Grundkategorien einer integrierten Managementlehre. Der HSG-Ansatz. Haupt, Bern. ISBN-13: 978-3258065342.
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (2005): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3409633123.

**Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30



**Modul**

**Advanced Leadership (BWAF)**

**10 ECTS**

|  |                                |   |
|--|--------------------------------|---|
| <b>Modulbezeichnung:</b>   | <b>Advanced Leadership</b>     |   |
| <b>Modulnummer:</b><br>BWAF  | <b>Semester:</b><br>3 Semester | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester;<br>ab dem 5. Semester wählbar   |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht, Wahlpflicht<br><br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs   |                                | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS  |
| <b>Workload:</b> 300 h   |                                | <b>ECTS Punkte:</b> 10 ECTS   |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine  |                                | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch   |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Advanced Leadership I (Einführung) (BWAF01)</li> <li>• Advanced Leadership II (Vertiefung) (BWAF02)</li> </ul>   |                                | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 180 h<br>Selbstüberprüfung: 60 h<br>Tutorien: 60 h  |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System  |                                | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Prof. Dr. Nicole Richter   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Finanzmanagement</li> <li>• Bachelor Personalmanagement</li> <li>• Bachelor Marketing</li> <li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li> <li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> <li>• Bachelor Soziale Arbeit</li> <li>• Bachelor Pflegemanagement</li> <li>• Bachelor Logistikmanagement</li> </ul> |                                | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planen und Entscheiden</li> <li>• Unternehmensführung</li> <li>• IT-Projektmanagement</li> </ul> |

## **Qualifikations- und Lernziele des Moduls:**

### **Advanced Leadership I (Einführung):**

Nach erfolgreichem Abschluss

- kennen die Studierenden die theoretischen Grundlagen professioneller Führung und verstehen die dafür grundlegenden Begrifflichkeiten.
- können die Studierenden klassische und neue Führungstheorien differenzieren.
- sind die Studierenden in der Lage, die polyzentrische Führung in ihren Grundzügen zu erläutern und anzuwenden.
- wissen die Studierenden um die Bedeutung von Kommunikation für die Führung von Mitarbeitern und kennen das entsprechende Instrumentarium.
- verstehen die Studierenden die Motivationstheorien und können deren praktische Relevanz für die Führung bewerten und einordnen.
- können die Studierenden Zielvereinbarungen als Instrument der Führung anwenden.
- sind die Studierenden in der Lage, materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente im Hinblick auf ihre Wirksamkeit zu analysieren.
- verstehen die Studierenden die Bedeutung von Change Management und die Rolle von Führungskräften in Veränderungsprozessen.
- wissen die Studierenden um die Bedeutung von Corporate Governance und Compliance für eine Führungskraft in der täglichen Arbeit.

### **Advanced Leadership II (Vertiefung):**

Nach erfolgreichem Abschluss

- kennen die Studierenden die Grundlagen von Teamarbeit und können diese auf die Teamführung anwenden.
- verstehen die Studierenden die verschiedenen Arten von Konflikten im Unternehmen und können als zukünftige Führungskräfte Lösungsansätze des Konfliktmanagements anwenden.
- verstehen die Studierenden die Bedeutung von Coaching in der Führungsarbeit und sind in der Lage, den Nutzen von Coaching für ein Unternehmen zu bewerten.
- haben die Studierenden einen Überblick über die Instrumente eines effektiven Zeitmanagements erhalten und können diese für die Organisation einer täglichen Führungsarbeit anwenden.
- wissen die Studierenden um die aktuelle Bedeutung von Work-Life-Balance Maßnahmen für eine erfolgreiche Führung und Motivation von Mitarbeitern.
- sind den Studierenden das Projektmanagement und insbesondere die Besonderheiten der Führung von Projekten bekannt.
- verstehen die Studierenden die Grundlagen des Personalcontrollings.
- sind die Studierenden in der Lage, das Instrumentarium des Integrationsmanagements anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels zu bewerten.
- analysieren und bewerten die Studierenden die Führung im Bankvertrieb anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels.

## **Lehrinhalt des Moduls:**

**Advanced Leadership I (Einführung):**

- Grundlagen professioneller Führung
- Klassische (mehrdimensionale) Führungstheorien
- Neue Führungstheorien
- Shared Leadership – polyzentrische Führung
- Kommunikation und Führung
- Motivationstheorien und ihre praktische Relevanz für die Führung
- Zielvereinbarungen (MbO) als effektives Instrument angewandter Führung
- Materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente
- Change Management
- Corporate Governance und Compliance

**Advanced Leadership II (Vertiefung):**

- Teamarbeit
- Konfliktmanagement
- Coaching im Überblick
- Coaching-Gespräch und Nutzen des Coachings
- Systematisches Zeitmanagement
- Work-Life-Balance
- Projektmanagement
- Personalcontrolling
- Integrationsmanagement – ein Anwendungsbeispiel
- Anwendungsbeispiel – Führung im Bankvertrieb: MbO und Vergütungssysteme

|  |  |                               |
|--|--|-------------------------------|
| <b>Lehrmethoden:</b>   |  |                               |
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen |                               |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br><br>10 ECTS von 90 ECTS = 11.11% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                  | <b>Abschlussprüfungen:</b>    |
|  | Siehe Kursbeschreibungen                                 | Modulklausur 180 Min. (100 %) |

|   |  |   |
|---|--|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>BWAF01  | <b>Kursname:</b><br>Advanced Leadership I (Einführung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht, Wahlpflicht<br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><br><b>Kursdauer:</b>  |  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                             |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Die professionelle und bewusste Führung von Mitarbeitern ist bedeutend für den Erfolg eines Unternehmens. Die höchste Verantwortung einer Führungskraft ist es, den zukünftigen Erfolg des Unternehmens zu sichern. Dies setzt voraus, dass Führungskräfte erfolgreich mit ihren Mitarbeitern gemeinsam Ziele für ihr Unternehmen umsetzen können. Dabei soll Führung zielorientiert zur bestmöglichen Erfüllung der Aufgaben und somit der Zielerreichung beitragen. Dies beinhaltet, Mitarbeiter zu einem Verhalten zu motivieren, das genau den jeweils zugewiesenen Aufgabenstellungen entspricht. Idealerweise bewegt man die Mitarbeiter dazu, im Sinne der Vorgaben des Unternehmens zu handeln. Führung baut daher auch entscheidend auf der Motivation der Mitarbeiter auf und bindet diese aktiv in die Unternehmensabläufe mit ein.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die Studierenden die theoretischen Grundlagen professioneller Führung und verstehen die dafür grundlegenden Begrifflichkeiten.</li> <li>• können die Studierenden klassische und neue Führungstheorien differenzieren.</li> <li>• sind die Studierenden in der Lage, die polyzentrische Führung in ihren Grundzügen zu erläutern und anzuwenden.</li> <li>• wissen die Studierenden um die Bedeutung von Kommunikation für die Führung von Mitarbeitern und kennen das entsprechende Instrumentarium.</li> <li>• verstehen die Studierenden die Motivationstheorien und können deren praktische Relevanz für die Führung bewerten und einordnen.</li> <li>• können die Studierenden Zielvereinbarungen als Instrument der Führung anwenden</li> <li>• sind die Studierenden in der Lage, materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente im Hinblick auf ihre Wirksamkeit zu analysieren.</li> <li>• verstehen die Studierenden die Bedeutung von Change Management und die Rolle von Führungskräften in Veränderungsprozessen.</li> <li>• wissen die Studierenden um die Bedeutung von Corporate Governance und Compliance für eine Führungskraft in der täglichen Arbeit.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Grundlagen professioneller Führung</b></p> <p>1.1 Führung, Management und Leadership</p> |  |   |

1.2 Eindimensionale Führungsansätze und Führungsstile

## **2. Klassische (mehrdimensionale) Führungstheorien**

2.1 Verhaltensorientierte Führungsansätze

2.2 Situationsorientierte Führungsansätze

## **3. Neue Führungstheorien**

3.1 Heroic und Postheroic Leadership

3.2 Die Führungskraft

## **4. Shared Leadership - polyzentrische Führung**

4.1 Shared Leadership - ein Überblick

4.2 Dimensionen polyzentrischer Führung

4.3 Shared Leadership in der Praxis

## **5. Kommunikation und Führung**

5.1 Kommunikation

5.2 Grundlegende Kommunikationsinstrumente

5.3 Feedbacksystem als Teil der Kommunikation

## **6. Motivationstheorien und ihre praktische Relevanz für die Führung**

6.1 Motive für berufliche Arbeit bzw. Arbeitsanreize nach Maslow

6.2 Weitere Motivationstheorien

## **7. Zielvereinbarungen (MbO) als effektives Instrument angewandter Führung**

7.1 Allgemeiner Überblick: Management by Objectives (MbO)

7.2 MbO als Führungskonzept

7.3 Implikationen für die Motivation

## **8. Materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente**

8.1 Materielle Anreiz- und Führungsinstrumente

8.2 Immaterielle Anreiz- und Führungsinstrumente

8.3 Cafeteria-System als Mischform materieller bzw. immaterieller Anreize

## **9. Change Management**

9.1 Die Bedeutung von Veränderungsprozessen

9.2 Instrumente des Change Managements

9.2 Die Führungskraft als Change Manager

## **10. Corporate Governance und Compliance**

10.1 Corporate Governance

10.2 Compliance

## Literatur:

### Bücher:

- Bloisi, W./Cook, C. W./Hunsaker, P. L. (2006): Management and Organisational Behaviour. 2. Auflage, McGraw-Hill Education Europe, Maidenhead.
- Bröckermann, R. (2000): Personalführung: Arbeitsbuch für Studium und Praxis. Schäffer Poeschl, Köln.
- Burnes, B. (2009): Managing Change. 5. Auflage, Prentice Hall, Harlow.
- Conger, J. A./Riggio, R. E (2006): The Practice of Leadership. Wiley, Hoboken (NJ).
- Dillerupp, R./Stoi, R. (2010): Unternehmensführung. 3. Auflage, München.
- Domsch, M. E./Regnet, E./Rosenstiel, L. (Hrsg.) (2012): Führung von Mitarbeitern: Fallstudien zum Personalmanagement, 3. Aufl., Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Edmüller, A./Jiranek, H. (2007): Konfliktmanagement. Konflikte vorbeugen, sie erkennen und lösen. 3. Auflage, Haufe, Freiburg.
- Hannum, K. M./Martineau, J. W./Reinelt, C. (2006): The Handbook of Leadership Development Evaluation. Wiley, Hoboken (NJ).
- Harvard Business Essentials (Hrsg.) (2007): Managers Toolkits. The 13 Skills Managers Need to Succeed. Harvard Business School Press, Boston.
- Hinterhuber, H.H. (2010): Die 5 Gebote für exzellente Führung. Wie Ihr Unternehmen in guten und in schlechten Zeiten zu den Gewinnern zählt. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.
- Hinterhuber, H.H./Krauthammer, E. (2015): Leadership – Mehr als Management, 5. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v. (2010): Motivation im Betrieb: mit Fallstudien aus der Praxis, 11. Aufl., Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M. (Hrsg.) (2014): Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, 7. Aufl., Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Scholz, C. (2014): Personalmanagement: informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, 6. Aufl., Vahlen, München.
- Steinmann, H./Schreyögg, G./Koch, J. (2013): Management: Grundlagen der Unternehmensführung; Konzepte, Funktionen, Fallstudien, 7. Aufl., Springer, Wiesbaden.
- Weibler, J. (2016): Personalführung, 3. Aufl., Vahlen, München.

### Handwörterbücher:

- Gaugler, E./Oechsler, W.A./Weber, W. (2004) (Hrsg.): Handwörterbuch des Personalwesens, 3. Aufl., Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Kieser, A./Reber, G./Wunderer, R. (1995) (Hrsg.): Handwörterbuch der Führung, 2. Aufl., Schäffer Poeschl, Stuttgart.

### Zeitschriften:

- Human Resources Manager
- Human Resource Management Journal
- Human Resource Management Review
- International Journal of Applied HRM
- Personal Quarterly
- Personalmagazin
- Personalwirtschaft
- Personalführung
- Die Mitbestimmung
- The International Journal of Human Resource Management
- Zeitschrift für Personalforschung

## Prüfungsleistungen:

- Klausur, 90 Min.

**Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30



|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>BWAF02  | <b>Kursname:</b><br>Advanced Leadership II (Vertiefung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht, Wahlpflicht<br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><br><b>Kursdauer:</b>  |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>BWAF01                            |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <b>Beschreibung des Kurses:</b><br><br>Die professionelle und bewusste Führung von Mitarbeitern ist bedeutend für den Erfolg eines Unternehmens. Eine Führungskraft muss in der Lage sein, auch Dinge aus der Distanz, aus der Vogelperspektive heraus zu betrachten. Um diesen Überblick zu erhalten, muss man sich bewusst von operativen Themen lösen und muss lernen, Aufgaben zu delegieren. Dies setzt voraus, dass man Aufgaben identifiziert, die an die richtigen Mitarbeiter delegiert werden können, dass auf beiden Seiten das nötige Vertrauen zur Bewältigung der Aufgabe besteht und dass man in der Lage ist, den Arbeitsfortschritt nachzuhalten und zu kontrollieren. Führung baut von daher entscheidend auf Fähigkeiten der Teamarbeit, aber auch des Konfliktmanagements auf, um Mitarbeiter zu Höchstleistungen zu motivieren.<br><br><b>Kursziele:</b><br>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die Studierenden die Grundlagen von Teamarbeit und können diese auf die Teamführung anwenden.</li> <li>• verstehen die Studierenden die verschiedenen Arten von Konflikten im Unternehmen und können als zukünftige Führungskräfte Lösungsansätze des Konfliktmanagements anwenden.</li> <li>• verstehen die Studierenden die Bedeutung von Coaching in der Führungsarbeit und sind in der Lage, den Nutzen von Coaching für ein Unternehmen zu bewerten.</li> <li>• haben die Studierenden einen Überblick über die Instrumente eines effektiven Zeitmanagements erhalten und können diese für die Organisation einer täglichen Führungsarbeit anwenden.</li> <li>• wissen die Studierenden um die aktuelle Bedeutung von Work-Life-Balance Maßnahmen für eine erfolgreiche Führung und Motivation von Mitarbeitern.</li> <li>• sind den Studierenden das Projektmanagement und insbesondere die Besonderheiten der Führung von Projekten bekannt.</li> <li>• verstehen die Studierenden die Grundlagen des Personalcontrollings.</li> <li>• sind die Studierenden in der Lage, das Instrumentarium des Integrationsmanagements anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels zu bewerten.</li> <li>• analysieren und bewerten die Studierenden die Führung im Bankvertrieb anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels.</li> </ul> <b>Lehrmethoden:</b><br>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.<br><br><b>Inhalte des Kurses:</b> |   |   |

## **1. Teamarbeit**

1.1 Was sind Gruppen und Teams?

1.2 Teamführung

## **2. Konfliktmanagement**

2.1 Konflikte – ein Überblick

2.2 Lösungsstrategien

## **3. Coaching im Überblick**

3.1 Allgemeiner Überblick

3.2 Auswirkungen und Erfolgsfaktoren des Coachings

## **4. Coaching-Gespräch und Nutzen des Coachings**

4.1 Die Führungskraft als Coach: Das Coaching-Gespräch

4.2 Kosten und Nutzen des Coachings

## **5. Systematisches Zeitmanagement**

5.1 Überblick

5.2 Durchführung eines systematischen Zeitmanagements

## **6. Work-Life-Balance**

6.1 Work-Life-Balance: Begriff und Hintergrund

6.2 Work-Life-Balance-Maßnahmen und -Instrumente

## **7. Projektmanagement**

7.1 Grundlagen der Projektorganisation und des Projektmanagements

7.2 Aufgaben und Kompetenzen des Projektleiters

## **8. Personalcontrolling**

8.1 Einleitung

8.2 Methoden und Kennzahlen

## **9. Integrationsmanagement - ein Anwendungsbeispiel**

9.1 Konflikte – das Merger Syndrom

9.2 Kommunikationsmanagement der Führungskraft

## **10. Anwendungsbeispiel - Führung im Bankvertrieb: MbO und Vergütungssysteme**

10.1 Besonderheiten bei der Führung im Bankvertrieb

10.2 Verschiedene Führungsansätze im Bankvertrieb

10.3 Einführung eines neuen Bankenvergütungsmodells

## Literatur:

### Bücher:

- Bloisi, W./Cook, C. W./Hunsaker, P. L. (2006): Management and Organisational Behaviour. 2. Auflage, McGraw-Hill Education Europe, Maidenhead.
- Bröckermann, R.: Personalführung: Arbeitsbuch für Studium und Praxis, Köln 2000.
- Burnes, B. (2009): Managing Change. 5. Auflage, Prentice Hall, Harlow.
- Conger, J. A./Riggio, R. E (2006): The Practice of Leadership. Wiley, Hoboken (NJ).
- Dillerupp, R./Stoi, R. (2013): Unternehmensführung. 4. Auflage, Vahlen, München.
- Domsch, M. E./Regnet, E./Rosenstiel, L. (Hrsg.) (2012): Führung von Mitarbeitern: Fallstudien zum Personalmanagement, 3. Aufl., Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Edmüller, A./Jiranek, H. (2010): Konfliktmanagement. Konflikte vorbeugen, sie erkennen und lösen. 3. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Hannum, K. M./Martineau, J. W./Reinelt, C. (2006): The Handbook of Leadership Development Evaluation. Wiley, Hoboken (NJ).
- Harvard Business Essentials (Hrsg.) (2004): Managers Toolkits. The 13 Skills Managers Need to Succeed. Harvard Business School Press, Boston.
- Hinterhuber, H. H. (2010): Die 5 Gebote für exzellente Führung. Wie Ihr Unternehmen in guten und in schlechten Zeiten zu den Gewinnern zählt. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.
- Hinterhuber, H.H./Krauthammer, E. (2015): Leadership – Mehr als Management, 5. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v. (2010): Motivation im Betrieb: mit Fallstudien aus der Praxis, 11. Aufl., Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M. (Hrsg.) (2014): Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, 7. Aufl., Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Scholz, C. (2014): Personalmanagement: informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, 6. Aufl., Vahlen, München.
- Steinmann, H./Schreyögg, G./Koch, J. (2013): Management: Grundlagen der Unternehmensführung; Konzepte, Funktionen, Fallstudien, 7. Aufl., Springer, Wiesbaden.
- Weibler, J. (2016): Personalführung, 3. Aufl., Vahlen, München.

### Handwörterbücher:

- Gaugler, E./Oechsler, W.A./Weber, W. (2004) (Hrsg.): Handwörterbuch des Personalwesens, 3. Aufl., Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Kieser, A./Reber, G./Wunderer, R. (1995) (Hrsg.): Handwörterbuch der Führung, 2. Aufl., Schäffer Poeschl, Stuttgart.

### Zeitschriften:

- Human Resources Manager
- Human Resource Management Journal
- Human Resource Management Review
- International Journal of Applied HRM
- Personal Quarterly
- Personalmagazin
- Personalwirtschaft
- Personalführung
- Die Mitbestimmung
- The International Journal of Human Resource Management
- Zeitschrift für Personalforschung

## Prüfungsleistungen:

- Klausur, 90 Min.

**Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**

**Angewandter Vertrieb (BWAV)**

**10 ECTS**

|  |                                |   |
|--|--------------------------------|---|
| <b>Modulbezeichnung:</b>   | <b>Angewandter Vertrieb</b>    |   |
| <b>Modulnummer:</b><br>BWAV  | <b>Semester:</b><br>3 Semester | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht, Wahlpflicht<br><br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs   |                                | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS  |
| <b>Workload:</b> 300 h   |                                | <b>ECTS Punkte:</b> 10 ECTS   |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine  |                                | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch   |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Angewandter Vertrieb I (Einführung) (BWAV01)</li> <li>• Angewandter Vertrieb II (Vertiefung) (BWAV02)</li> </ul>   |                                | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 180 h<br>Selbstüberprüfung: 60 h<br>Tutorien: 60 h                          |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System  |                                | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Prof. Dr. Patrick Geus   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Finanzmanagement</li> <li>• Bachelor Personalmanagement</li> <li>• Bachelor Marketing</li> <li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li> <li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> <li>• Bachelor Soziale Arbeit</li> <li>• Bachelor Pflegemanagement</li> <li>• Bachelor Logistikmanagement</li> </ul> |                                | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing</li> </ul> |

## **Qualifikations- und Lernziele des Moduls:**

### **Angewandter Vertrieb I (Einführung):**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundzüge des angewandten Vertriebes zu verstehen, und in den Unternehmenskontext einzuordnen.
- das Zusammenspiel der einzelnen Facetten des angewandten Vertriebs zu verstehen.
- einzelne Vertriebssysteme zu unterscheiden und zu bewerten.
- aktuelle Vertriebstypen und Verkaufsmerkmale zu beschreiben.
- den gesamten Vertriebsprozess von der Kundenakquise bis zur -bindung zu überschauen und einzuordnen.
- die Grundlagen der Verkaufs- und Verhandlungsführung zu verstehen und in Grundzügen selbst anzuwenden.
- die gängigen Vertriebsinstrumente zu benennen, deren Vor- und Nachteile zu erkennen und wesentliche Einsatzfelder und -möglichkeiten zu reflektieren.

### **Angewandter Vertrieb II (Vertiefung):**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Zusammenspiel und die jeweiligen Verantwortungsbereiche von Marketing und Vertrieb zu verstehen.
- die Ziele und Maßnahmen im Rahmen des angewandten Vertriebs zu reflektieren und einzuordnen.
- die Relevanz von Kundenzufriedenheit und -bindung einzuschätzen. Außerdem sind die Studierenden mit den zentralen Gestaltungselementen des CRM vertraut.
- alternative Ansätze des Kundenbindungs- und -beziehungsmanagements zu reflektieren, einzuschätzen und in der Unternehmenspraxis einzusetzen.
- die Bedeutung der Begriffe Kundenlebenszyklus und Kundenwert zu verstehen und Ansätze zu entwickeln, diese im Sinne der jeweiligen Vertriebsziele zu managen.
- Techniken zur anschaulichen Präsentation und Überzeugung von Kunden und Gesprächspartnern einzusetzen.
- die Relevanz von Networking zu erfassen und eigene Strategien zur Verbreiterung der Kontaktbasis zu entwickeln.
- an Hand praktischer Erfahrungen im Rahmen der Fallstudie eigene Marktanalysen und Vertriebskonzepte zu entwickeln und zu bewerten.

## **Lehrinhalt des Moduls:**

### **Angewandter Vertrieb I (Einführung)**

- Grundlagen angewandten Vertriebs
- Das Vertriebssystem
- Persönlicher Verkauf
- Verkaufsplanung
- Neukundenakquisition
- Der Verkaufsbesuch
- Taktik der Gesprächsführung
- Verhandlungen führen
- Weitere Verkaufskanäle

### **Angewandter Vertrieb II (Vertiefung)**

- Marketing und Vertrieb
- Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor
- Persönlichkeiten im Vertrieb
- Kundenorientierte Kommunikation
- Präsentation und Rhetorik
- Kundenbindung
- Networking
- Fallstudie

|  |  |                               |
|--|--|-------------------------------|
| <b>Lehrmethoden:</b>   |  |                               |
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen |                               |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br>10 ECTS von 90 ECTS = 11.11% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                  | <b>Abschlussprüfungen:</b>    |
|  | Siehe Kursbeschreibungen                                 | Modulklausur 180 Min. (100 %) |



|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>BWAV01   | <b>Kursname:</b><br>Angewandter Vertrieb I (Einführung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht, Wahlpflicht<br><br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><br><b>Kursdauer:</b>   |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br><br>keine                         |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br><br>Siehe Modulbeschreibung    |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Die Anforderungen an ein verkäuferisches Denken wachsen jeden Tag. Eine globalisierte Nachfrage in Kombination mit hohem Wettbewerb erschwert es Unternehmen zusehends, im Kampf um den Kunden mitzuhalten. Gleichzeitig ist der Kunde immer besser informiert, während klassische Versorgungsmärkte gesättigt sind und Überkapazitäten existieren. Um in einem solchen Umfeld erfolgreich zu sein, ist verkäuferisches Denken und Handeln gefragt und gleichzeitig ein neuer Typus von Verkäufern gefordert. Im Rahmen des Kurses angewandter Vertrieb I (Einführung) werden die Teilnehmer mit den Grundbegriffen des angewandten Vertriebs vertraut gemacht. Sie erlernen die Systematiken der Vertriebsorganisation, setzen sich mit alternativen Vertriebswegen auseinander und lernen den dezidierten Planungsprozess im Vertrieb kennen. Abgerundet werden die Inhalte des Moduls durch zentrale Inhalte zur erfolgreichen Neukundenakquisition, wobei insbesondere das Augenmerk auf die Organisation und Durchführung der Kundenbesuche und der Gesprächs- und Verhandlungsführung gelegt werden.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundzüge des angewandten Vertriebes zu verstehen, und in den Unternehmenskontext einzuordnen.</li> <li>• das Zusammenspiel der einzelnen Facetten des angewandten Vertriebs zu verstehen.</li> <li>• einzelne Vertriebssysteme zu unterscheiden und zu bewerten.</li> <li>• aktuelle Vertriebstypen und Verkaufsmerkmale zu beschreiben.</li> <li>• den gesamten Vertriebsprozess von der Kundenakquise bis zur -bindung zu überschauen und einzuordnen.</li> <li>• die Grundlagen der Verkaufs- und Verhandlungsführung zu verstehen und in Grundzügen selbst anzuwenden.</li> <li>• die gängigen Vertriebsinstrumente zu benennen, deren Vor- und Nachteile zu erkennen und wesentliche Einsatzfelder und -möglichkeiten zu reflektieren.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Grundlagen des angewandten Vertriebs</b></p> <p>1.1 Aufgaben und Formen des angewandten Vertriebs<br/>         1.2 Marketing als Basis des Vertriebs<br/>         1.3 Vertrieb, Verkauf und andere Begriffe<br/>         1.4 Vertrieb in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen</p> |   |   |

## **2. Das Vertriebssystem**

- 2.1 Verkaufsformen
- 2.2 Vertriebsorganisation
- 2.3 Key-Account-Management
- 2.4 Mehrkanalvertrieb

## **3. Persönlicher Verkauf**

- 3.1 Die „neuen Verkäufer“
- 3.2 Anforderungen an Verkäuferpersönlichkeiten
- 3.3 Der Key-Account-Manager
- 3.4 Aufgabe von Vertriebsführungskräften

## **4. Verkaufsplanung**

- 4.1 Aufgaben und Ziele der Vertriebssteuerung
- 4.2 Wettbewerbsbeobachtung im Rahmen der Vertriebssteuerung
- 4.3 Potenzialanalysen und Umsatzplanungen
- 4.4 Verkaufssteuerung und Besuchsstrategien

## **5. Neukundenakquisition**

- 5.1 Identifikation von Neukundenpotenzialen
- 5.2 Customer Relationship Management und Kundengewinnung
- 5.3 Messen und Events
- 5.4 Networking

## **6. Der Verkaufsbesuch**

- 6.1 Besuchsfrequenzen und Besuchsvorbereitung
- 6.2 Besuchsdurchführung
- 6.3 Besuchsberichte und Nachbereitung
- 6.4 Nachbetreuung und Follow-up

## **7. Taktik der Gesprächsführung**

- 7.1 Strukturierte Gesprächsvorbereitung
- 7.2 Zielorientierte Gesprächsführung: Das D.A.L.A.S-Modell
- 7.3 Fragetechniken

## **8. Verhandlungen führen**

- 8.1 Psychologie des Verhandelns
- 8.2 Verhandlungsaufbau
- 8.3 Einwandbehandlung
- 8.4 Preisverhandlungen

## **9. Weitere Verkaufskanäle**

- 9.1 Telefonverkauf

### Literatur:

- Dannenberg, H./Zupancic, D. (2007): Spitzenleistungen im Vertrieb. Optimierungen im Vertriebs- und Kundenmanagement. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834904720.
- Eicher, H. (2006): Die geheimen Spielregeln im Verkauf. Wissen, wie der Kunde tickt. Campus, Frankfurt a. M. ISBN-13: 978-3593379074.
- Herndl, K. (2010): Führen im Vertrieb. So unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter direkt und konsequent. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834921963.
- Limbeck, M. (2010): Das neue Hardselling. Verkaufen heißt verkaufen – So kommen Sie zum Abschluss. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834925008.
- Schneider, W./Henning, A. (2008): Lexikon Kennzahlen für Marketing und Vertrieb. Das Marketing-Cockpit von A – Z. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3540798613.
- Winkelmann, P. (2010): Marketing und Vertrieb. Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung. 7. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486592085.

### Prüfungsleistungen:

- Klausur, 90 Min.

**Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

|  |  |   |
|--|--|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>BWAV02   | <b>Kursname:</b><br>Angewandter Vertrieb II (Vertiefung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht, Wahlpflicht<br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><br><b>Kursdauer:</b>   |  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>BWAV01                            |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <b>Beschreibung des Kurses:</b><br><br>Der Kurs Angewandter Vertrieb II setzt auf den im Kurs „Angewandter Vertrieb I“ vermittelten Grundlagen auf und verbreitert und vertieft diese. Hierbei wird zunächst das Spannungsfeld zwischen Marketing und Vertrieb genauer beleuchtet. Darauf aufbauend werden wesentliche Hintergründe und zentrale Zielgrößen für ein erfolgreiches Vertriebsmanagement (bspw. Kundenzufriedenheit und -bindung sowie der Kundenlebenszyklus) hergeleitet und operationalisiert, um so die Basis für ein effizientes und effektives Customer Relationship Management herzustellen. Im weiteren Verlauf wird das Augenmerk auch auf psychische Prozesse und das Konsumentenverhalten im Allgemeinen gelegt. Zudem werden Strategien und Wege zur erfolgreichen Verhandlungsführung vertieft und um überzeugende Kommunikationstechniken ergänzt. Eine Fallstudie, in deren Verlauf die Studierenden die Möglichkeit haben, das Gelernte praxisgerecht anzuwenden, rundet den Kurs ab.<br><br><b>Kursziele:</b><br>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>• das Zusammenspiel und die jeweiligen Verantwortungsbereiche von Marketing und Vertrieb zu verstehen.</li> <li>• die Ziele und Maßnahmen im Rahmen des angewandten Vertriebs zu reflektieren und einzuordnen.</li> <li>• die Relevanz von Kundenzufriedenheit und -bindung einzuschätzen. Außerdem sind die Studierenden mit den zentralen Gestaltungselementen des CRM vertraut.</li> <li>• alternative Ansätze des Kundenbindungs- und -beziehungsmanagements zu reflektieren, einzuschätzen und in der Unternehmenspraxis einzusetzen.</li> <li>• die Bedeutung der Begriffe Kundenlebenszyklus und Kundenwert zu verstehen und Ansätze zu entwickeln, diese im Sinne der jeweiligen Vertriebsziele zu managen.</li> <li>• Techniken zur anschaulichen Präsentation und Überzeugung von Kunden und Gesprächspartnern einzusetzen.</li> <li>• die Relevanz von Networking zu erfassen und eigene Strategien zur Verbreiterung der Kontaktbasis zu entwickeln.</li> <li>• an Hand praktischer Erfahrungen im Rahmen der Fallstudie eigene Marktanalysen und Vertriebskonzepte zu entwickeln und zu bewerten.</li> </ul><br><b>Lehrmethoden:</b><br>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.<br><br><b>Inhalte des Kurses:</b><br><b>1 Marketing und Vertrieb</b><br>1.1 Aufgaben und Funktionen des Marketings |  |   |

- 1.2 Vertriebsmarketing in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen
- 1.3 Relationship Marketing
- 1.4 Internationales Marketing und Vertriebskooperationen
- 2 Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor**
- 2.1 Customer Relationship Management (CRM)
- 2.2 Die Erfolgskette des CRM
- 2.3 Kundenbeziehungsstrategien
- 3 Persönlichkeiten im Vertrieb**
- 3.1 Verkaufspersönlichkeiten und Differenzierung
- 3.2 Verkaufen in Teams
- 3.3 Verhandeln mit Gremien
- 4 Kundenorientierte Kommunikation**
- 4.1 Kommunikationsaufgaben im Vertrieb
- 4.2 Verkaufsförderung durch Vertriebsmitarbeiter
- 4.3 Verkaufsförderung im Team
- 4.4 Verkaufsförderung durch das Unternehmen
- 5 Präsentation und Rhetorik**
- 5.1 Rhetorik im Verkauf
- 5.2 Präsentationstechniken
- 5.3 Nonverbale Kommunikation
- 6 Kundenbindung**
- 6.1 Kundenbindungsmanagement
- 6.2 Kundenprogramme und andere Kundenbindungsinstrumente
- 6.3 Beschwerdemanagement
- 7 Networking**
- 7.1 Netzwerkkompetenzen im Unternehmen
- 7.2 Aufbau und Gestaltung von Beziehungen
- 7.3 Networking über soziale Medien
- 8 Fallstudie iq media marketing**
- 8.1 Die Marktsituation
- 8.2 Die Vermarktungssituation
- 8.3 iq media marketing und iq digital media marketing

Literatur:

- Dannenberg, H./Zupancic, D. (2007): Spitzenleistungen im Vertrieb. Optimierungen im Vertriebs- und Kundenmanagement. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834904720.
- Eicher, H. (2006): Die geheimen Spielregeln im Verkauf. Wissen, wie der Kunde tickt. Campus, Frankfurt a. M. ISBN-13: 978-3593379074.
- Herndl, K. (2010): Führen im Vertrieb. So unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter direkt und konsequent. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834921963.
- Limbeck, M. (2010): Das neue Hardselling. Verkaufen heißt verkaufen – So kommen Sie zum Abschluss. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834925008.
- Schneider, W./Henning, A. (2008): Lexikon Kennzahlen für Marketing und Vertrieb. Das Marketing-Cockpit von A – Z. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3540798613.
- Winkelmann, P. (2010): Marketing und Vertrieb. Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung. 7. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486592085.

**Prüfungsleistungen:**

- Klausur, 90 Min.

**Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90  
Selbstüberprüfung (in Std.): 30  
Tutorien (in Std.): 30

**Modul**  
**Business Consulting (BWCN)**  
**10 ECTS**

|   |                                |  |
|---|--------------------------------|--|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Business Consulting</b>     |  |
| <b>Modulnummer:</b><br>BWCN   | <b>Semester:</b><br>3 Semester | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester;<br>ab dem 5. Semester wählbar  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Wahlpflicht  |                                | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS   |
| <b>Workload:</b> 300 h  |                                | <b>ECTS Punkte:</b> 10 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |                                | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch  |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Consulting I (Einführung) (BWCN01)</li> <li>• Business Consulting II (Vertiefung) (BWCN02)</li> </ul>  |                                | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 180 h<br>Selbstüberprüfung: 60 h<br>Tutorien: 60 h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |                                | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Michael Broens  |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Finanzmanagement</li> <li>• Bachelor Personalmanagement</li> <li>• Bachelor Marketing</li> <li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li> <li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> <li>• Bachelor Soziale Arbeit</li> <li>• Bachelor Pflegemanagement</li> <li>• Bachelor Logistikmanagement</li> </ul>  |                                | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BWL I + II</li> <li>• Unternehmensführung</li> <li>• Projektmanagement</li> <li>• Wirtschaftsethik</li> <li>• Planen und Entscheiden</li> <li>• Unternehmensgründung</li> </ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b>  |                                |  |
| <b>Business Consulting I:</b><br>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,  |                                |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• die verschiedenen Definitionen von Unternehmensberatung zu verstehen.</li> <li>• die Aufgaben und Herangehensweisen von Unternehmensberatern zu erklären.</li> <li>• die Merkmale von Unternehmensberatungen zu nennen.</li> <li>• die Unternehmensberatung als hochspezialisierte Dienstleistung zu erklären.</li> <li>• die Besonderheiten im Berater-Klienten-Verhältnis zu benennen.</li> </ul>  |                                |  |
| <b>Business Consulting II:</b><br>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,   |                                |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• die speziellen Rahmenbedingungen von Beratungsunternehmen zu erklären.</li> <li>• die Herangehensweisen im Marketing für Beratungsdienstleistungen zu benennen.</li> <li>• die strategische und operative Ausrichtung von Beratungsunternehmen zu erläutern.</li> <li>• die Herausforderungen des Personalmanagements in Beratungsunternehmen zu verstehen.</li> <li>• die operativen Phasen des Beratungsprozesses zu erläutern.</li> </ul> |                                |  |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>   |                                |  |

**Business Consulting I:**

- Formen und Funktionen der Unternehmensberatung
- Der Markt für Unternehmensberatung
- Geschichte, Pioniere und Konzepte
- Beratungsfelder

**Business Consulting II:**

- Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
- Das Management der Unternehmensberatung
- Vermarktung von Beratungsdienstleistungen
- Beraterhaftung, Vertragsgestaltung und Berufsrecht
- Das Beratungsprojekt

|  |  |                               |
|--|--|-------------------------------|
| <b>Lehrmethoden:</b>   |  |                               |
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen |                               |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br><br>10 ECTS von 90 ECTS = 11.11% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                  | <b>Abschlussprüfungen:</b>    |
|  | Siehe Kursbeschreibungen                                 | Modulklausur 180 Min. (100 %) |



|  |  |   |
|--|--|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>BWCN01   | <b>Kursname:</b><br>Business Consulting I (Einführung)       | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Wahlpflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                      |   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |   |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Die Unternehmensberatung ist eine professionelle Dienstleistung, deren gesamtwirtschaftliche Bedeutung zunehmend ansteigt. Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftragsgebende Unternehmen an. Dies setzt die Fähigkeit voraus, spezifische Unternehmens- und Marktsituationen mithilfe moderner Managementkonzepte analysieren und bewerten zu können. Auf Basis ihrer Analysen sprechen Unternehmensberater Empfehlungen zur Optimierung von Unternehmensstrategien, -strukturen und -prozessen aus und begleiten diese – soweit gewünscht – in der Implementierung und Umsetzung.</p> <p>Um die verschiedenen Funktionen und Aufgaben der Unternehmensberatung erfolgreich zu erfüllen, benötigen Unternehmensberater ein differenziertes Profil aus fachlich-methodischen und persönlich-sozialen Kompetenzen. Im Mittelpunkt fachlicher Kompetenzen stehen die Grund- und Spezialkenntnisse in der Beratung und der Betriebswirtschaftslehre. Sie umfassen u. a. analytische Kompetenzen zum Verständnis von Unternehmens- und Marktsituationen sowie die Fähigkeit zur Planung, Implementierung und Kontrolle von Beratungsprojekten. Die Entwicklung persönlicher und sozialer Kompetenzen zielt auf die Klienten-Zentrierung der Studierenden i. S. der Fähigkeit, sich auf die individuellen Beratungsbedürfnisse von Klienten einstellen zu können.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die verschiedenen Definitionen von Unternehmensberatung zu verstehen.</li> <li>• die Aufgaben und Herangehensweisen von Unternehmensberatern zu erklären.</li> <li>• die Merkmale von Unternehmensberatungen zu nennen.</li> <li>• die Unternehmensberatung als hochspezialisierte Dienstleistung zu erklären.</li> <li>• die Besonderheiten im Berater-Klienten-Verhältnis zu benennen.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Einführung in die Unternehmensberatung</b></p> <p>1.1 Business Consulting – Management Consulting – Unternehmensberatung<br/> 1.2 Unternehmensberatung als Gegenstand der Wissenschaft</p> <p><b>2. Formen und Funktionen der Unternehmensberatung</b></p> <p>2.1 Erscheinungsformen der Unternehmensberatung<br/> 2.2 Funktionen der Unternehmensberatung<br/> 2.3 Inhouse Consulting</p> |  |   |

### **3. Der Markt für Unternehmensberatung**

3.1 Daten, Strukturen und Trends

3.2 Beratungsunternehmen in Deutschland

### **4. Geschichte, Pioniere und Konzepte**

4.1 Geschichte der Unternehmensberatung

4.2 Konzepte der Unternehmensberatung

### **5. Beratungsfelder**

5.1 Strategieberatung

5.2 Organisations- und Transformationsberatung

5.3 IT-Beratung

5.4 Personalberatung/HR-Beratung

#### **Literatur:**

- Blanke, E./Uhlhorn, F. (2011): Wie ist Beratung möglich? Vom Dirigieren der Selbstbeobachtung. Carl-Auer Verlag, Heidelberg. ISBN-13: 978-3896709509.
- Bund Deutscher Unternehmensberater (BDU) (Hrsg.) (2009): Facts and Figures zum Beratermarkt. Bonn. ISBN-13: 978-3929313472.
- FEACO (Hrsg.) (2009): Survey of the European Management Consultancy Market 2007/08. (URL: <http://www.feaco.org/sites/default/files/Feaco%20Survey%202007-2008.pdf>. [letzter Zugriff: 14.02.2017]).
- Fink, D. (2004): Management Consulting. Die Ansätze der großen Unternehmensberater. 2. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800629836.
- Fink, D./Knoblach, B. (2003): Die großen Management Consultants. Ihre Geschichte, ihre Konzepte, ihre Strategien. Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800828813.
- Höselbarth, F./Lay, R./Lopez de Arriortua, J. I. (Hrsg.) (2000): Die Berater. Einstieg, Aufstieg, Wechsel. FAZ-Institut, Frankfurt a. M. ISBN-13: 978-3927282863.
- Mohe, M./Heinecke, H. J./Pfriehm, R. (Hrsg.) (2002): Consulting. Problemlösung als Geschäftsmodell. Theorie, Praxis, Markt. Klett-Cotta, Stuttgart. ISBN-13: 978-3608943587.
- Moscho, A.(Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting in Deutschland. Markt, Strukturen, Strategien. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834916747.
- Niedereichholz, C./Niedereichholz, J. (2012): Das Beratungsunternehmen. Gründung, Aufbau und Strategie, Führung, Nachfolge. Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486588378.
- Walger, G. (Hrsg.) (1995): Formen der Unternehmensberatung. Systemische Unternehmensberatung, Organisationsentwicklung, Expertenberatung und gutachterliche Beratungstätigkeit in Theorie und Praxis. Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln. ISBN-13: 978-3504570008.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

#### **Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

|   |  |                                |
|---|--|--------------------------------|
| <b>Kursnummer:</b><br>BWCN02  | <b>Kursname:</b><br>Business Consulting II (Vertiefung)      | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h |
|   |  | <b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS  |
| <b>Kurstyp:</b> Wahlpflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>BWCN01                     |                                |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |                                |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></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><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die speziellen Rahmenbedingungen von Beratungsunternehmen zu erklären.</li> <li>• die Herangehensweisen im Marketing für Beratungsdienstleistungen zu benennen.</li> <li>• die strategische und operative Ausrichtung von Beratungsunternehmen zu erläutern.</li> <li>• die Herausforderungen des Personalmanagements in Beratungsunternehmen zu verstehen.</li> <li>• die operativen Phasen des Beratungsprozesses zu erläutern.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung</b></p> <p>1.1 Die Unternehmensberatung als Professional Service Firm</p> <p>1.2 Das Wertschöpfungsmodell der Unternehmensberatung</p> <p>1.3 Das Marktumfeld der Beratungsfirma</p> <p><b>2. Das Management der Unternehmensberatung</b></p> <p>2.1 Handlungs- und Entscheidungsfelder für das Management der Unternehmensberatung</p> <p>2.2 Normative und strategische Handlungs- und Entscheidungsfelder</p> |  |                                |

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.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

#### **Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**

**Gesundheitsökonomie (Vertiefung)  
(DLGWGO)**

**10 ECTS**

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>Modulbezeichnung:</b>   | <b>Gesundheitsökonomie (Vertiefung)</b> |  |
| <b>Modulnummer:</b><br>DLGWGO  | <b>Semester:</b><br>3 Semester          | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester;<br>ab dem 5. Semester wählbar  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Wahlpflicht   |   | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS   |
| <b>Workload:</b> 300 h   |   | <b>ECTS Punkte:</b> 10 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine  |   | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch  |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesundheitsökonomie I (DLGWGO01)</li> <li>• Gesundheitsökonomie II (DLGWGO02)</li> </ul>   |   | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 180 h<br>Selbstüberprüfung: 60 h<br>Tutorien: 60 h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System  |   | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Anja Gärtig-Daug  |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> <li>• Bachelor Pflegemanagement</li> </ul>   |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Health Care Management</li> <li>• Medizin für Nichtmediziner</li> <li>• Einführung in die Gesundheitsökonomie</li> <li>• Fallmanagement</li> <li>• Sozialpolitik</li> </ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b><br><br>Die Vertiefung Gesundheitsökonomie beschäftigt sich aufbauend auf der systemorientierten Einführung und dem Policy- und handlungsorientierten Modul Health Care Management mit Kunden, Anbietenden und Lobbyisten. Welche Interessen, welche Zwänge leiten diese Personengruppen? Was beeinflusst ihre Leitmotive? Wie lassen sich Motive und Handlungen ökonomisch bewerten und steuern? Welche Handlungsaufgaben für Planende, Koordinierende und Beratende ergeben sich daraus? Neben diesen Fragen wird in diesem Modul der zweite Gesundheitsmarkt mit seinen Entwicklungen nach den staatlichen Gesundheitsreformen und Chancen für Gesundheitsunternehmer tiefgehend fokussiert und diskutiert. |   |  |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>  |   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akteure im Gesundheitssystem – Patienten, Therapeuten, Leistungszahler, Berater u. a.</li> <li>• Verhaltensziele, Gemeinsamkeiten, Zielkonflikte</li> <li>• Verhaltensregelungen (Kodexe, Bestimmungen, Gesetze)</li> <li>• Operationalisierung von Zielgruppenverhalten</li> <li>• Der Sonderfall: freier oder zweiter Gesundheitsmarkt</li> <li>• Rahmenbedingungen des zweiten Gesundheitsmarktes und Effekte auf die Beziehungsstrukturen</li> <li>• Marktverschiebungen/-veränderungen und Konsequenzen aus ökonomischer Perspektive</li> </ul>  |   |  |
| <b>Lehrmethoden:</b>   |   |  |

|  |  |                                |
|--|--|--------------------------------|
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen |                                |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br><br>10 ECTS von 90 ECTS = 11.11% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                  | <b>Abschlussprüfungen:</b>     |
|  | Siehe Kursbeschreibungen                                 | Modulklausur, 180 Min. (100 %) |

|   |   |  |
|---|---|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLGWGO01  | <b>Kursname:</b><br>Gesundheitsökonomie I | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h                               |
|   |   | <b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS                                |
| <b>Kurstyp:</b> Wahlpflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>  |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                      |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Die Studierenden lernen die verschiedenen Zielgruppen kennen und hinsichtlich ihres sozioökonomischen Hintergrundes und ihrer psychosozialen Motive zu bewerten.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vertiefte Kenntnisse über die verschiedenen Personengruppen und Berufshaltungen auf der Einrichtungs- und Verbandsebene sowie im politischem Sektor besitzen.</li> <li>• Strategien von Beratungsgesellschaften und Lobbygruppen erkennen können.</li> <li>• Wissen über die Einflussfaktoren Bildung, Medien und politische Kampagnenarbeit erlangt haben und in Form von zielgruppenorientierten Maßnahmen einsetzen können.</li> <li>• sich der ökonomischen Bedeutung der personellen Hemisphäre bewusst sein.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1 Gesundheitsökonomie auf der Mikroebene - ökonomisches Akteurssoziogramm</b></p> <p><b>2 Patienten, Therapeuten, Verwalter, Gesetzgeber und Lobbyisten - ökonomisches Psychogramm</b></p> <p><b>3 Typische Handlungen auf der Mikroebene - strategische Aktionen und Reaktionen</b></p> <p><b>4 Ökonomische Betrachtung - exemplarische Handlungen unter der Prämisse Gesundheitsgewinn und monetärer Gewinn</b></p> <p><b>5 Lobbyismus - von der Strategieberatung bis zur Korruption im Gesundheitsmarkt in D und USA im Vergleich</b></p> <p><b>6 Die Zukunft des Sonderweges konfessioneller Betreiber aus ökonomischer Perspektive</b></p> |   |  |



Literatur:

- Fleß, S./Greiner, W. (2013): Grundlagen der Gesundheitsökonomie. Eine Einführung in das wirtschaftliche Denken im Gesundheitswesen. 3. Auflage, Springer Gabler, Heidelberg. ISBN-13: 978-3642309182.
- Hajen, L./Paetow, H./Schumacher, H. (2013): Gesundheitsökonomie. Strukturen – Methoden – Praxisbeispiele. 7. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170230897.
- Lauterbach, K. W./Stock, S./Brunner, H. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie. Lehrbuch für Mediziner und andere Gesundheitsberufe. 2. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456852836.
- Roeder, N./Hensen, P./Franz, D. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie, Gesundheitssystem und öffentliche Gesundheitspflege. Ein praxisorientiertes Kurzlehrbuch. 2. Auflage, Deutscher Ärzte-Verlag, Köln. ISBN-13: 978-3769135145.

**Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90  
Selbstüberprüfung (in Std.) 30  
Tutorien (in Std.): 30

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLGWGO02  | <b>Kursname:</b><br>Gesundheitsökonomie II | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h                               |
|   |  | <b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS                                |
| <b>Kurstyp:</b> Wahlpflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>  |  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>DLGWGO01                   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Zum zweiten Gesundheitsmarkt gehören alle privat finanzierten Produkte, Dienstleistungen und Lebensphilosophien. Dieser Markt ist im Wandel und stark im Wachstum. Dies wiederum ist Folge nicht nur eines allgemeinen Bewusstseinswandels, sondern auch des Wegfalls oder Reduktion staatlicher Medizin- Pflege-, Präventions- und Rehabilitationsleistungen auf dem sogenannten ersten Gesundheitsmarkt. Diese (laufende) Wechselbeziehung, (aktuelle und künftige) Veränderungen auf der Finanzierungs- und Bedarfsseite sowie vor allem die Konsequenzen und Chancen für Leistungsnehmende und Leistungsgebende ist Thema dieses Vertiefungskurses – dies in Ergänzung des Moduls Health Care Management.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vertiefte Kenntnisse über die (veränderte) Grundhaltung der Kundinnen und Kunden im Gesundheitsmarkt besitzen und Konsequenzen der zurückliegenden Gesundheitsreformen auf Angebots- und Nachfrageseite des Gesundheitsmarktes kennen.</li> <li>• den zweiten Gesundheitsmarkt in Abgrenzung des ersten Gesundheitsmarktes definieren und Dienstleister korrekt zuordnen können.</li> <li>• den Wandel dieses Marktes vor dem Hintergrund möglicher weiterer staatlicher Reformbestrebungen einschätzen und ökonomisch und ethisch bewerten können.</li> <li>• gesundheitsunternehmerische Chancen und Risiken ableiten können.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1 Definition, Begriffsklärung und Abgrenzung des zweiten Gesundheitsmarktes</b></li> <li><b>2 Ursachen und Entwicklung des zweiten Gesundheitsmarktes</b></li> <li><b>3 Wettbewerb zwischen erstem und zweitem Gesundheitsmarkt</b></li> <li><b>4 Politisch-legislative Steuerung des zweiten Gesundheitsmarktes</b></li> <li><b>5 Risiken und Chancen aus Sicht von Patientinnen und Patienten</b></li> <li><b>6 Unternehmerische Möglichkeiten im zweiten Gesundheitsmarkt</b></li> </ol> |  |  |

Literatur:

- Fleß, S./Greiner, W. (2013): Grundlagen der Gesundheitsökonomie. Eine Einführung in das wirtschaftliche Denken im Gesundheitswesen. 3. Auflage, Springer Gabler, Heidelberg. ISBN-13: 978-3642309182.
- Hajen, L./Paetow, H./Schumacher, H. (2013): Gesundheitsökonomie. Strukturen – Methoden – Praxisbeispiele. 7. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170230897.
- Lauterbach, K. W./Stock, S./Brunner, H. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie. Lehrbuch für Mediziner und andere Gesundheitsberufe. 2. Auflage, Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456852836.
- Roeder, N./Hensen, P./Franz, D. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie, Gesundheitssystem und öffentliche Gesundheitspflege. Ein praxisorientiertes Kurzlehrbuch. 2. Auflage, Deutscher Ärzte-Verlag, Köln. ISBN-13: 978-3769135145.

**Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.) 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**

**Krankenhausmanagement  
(DLGWKM)**

**10 ECTS**

|   |                                |   |
|---|--------------------------------|---|
| <b>Modulbezeichnung:</b>  | <b>Krankenhausmanagement</b>   |   |
| <b>Modulnummer:</b><br>DLGWKM   | <b>Semester:</b><br>3 Semester | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester;<br>ab dem 5. Semester wählbar   |
| <b>Modul Typ:</b><br>Wahlpflicht  |                                | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS  |
| <b>Workload:</b> 300 h  |                                | <b>ECTS Punkte:</b> 10 ECTS   |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine   |                                | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch   |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Krankenhausmanagement (DLGWKM01)</li> <li>• Krankenhaussettings – Rahmenbedingungen und Handlungsstrategien (DLGWKM02)</li> </ul>   |                                | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 180 h<br>Selbstüberprüfung: 60 h<br>Tutorien: 60 h  |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System   |                                | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. Achim Viktor   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b><br>keine   |                                | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Health Care Management</li> <li>• Medizin für Nichtmediziner</li> <li>• Pflegemanagement</li> <li>• Gesundheitsökonomie</li> </ul> |
| <p><b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b></p> <p><b>Einführung in das Krankenhausmanagement:</b><br/>Nach erfolgreichem Abschluss sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis über Unterscheidungen von Krankeneinrichtungen haben.</li> <li>• den verschiedenen Formen Träger- und Finanzierungsmodelle zuordnen können.</li> <li>• Spezifika des Non-Profit- und For-Profit-Marktes kennen.</li> <li>• Wissen über Kerngeschäfte/Versorgungsaufträge, Risiken und Herausforderungen unterschiedlicher Formen erlangt haben.</li> </ul> <p><b>Rahmenbedingungen und Handlungsstrategien in verschiedenen Krankenhaussettings:</b><br/>Nach erfolgreichem Abschluss sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein Gespür für Managemententscheidungen und Konsequenzen entwickelt haben.</li> <li>• die unterschiedlichen Handlungsansprüche unter verschiedenen Trägerszenarien erkennen, werten und bewältigen können.</li> <li>• lösungsorientiertes Handeln im Krankenhausalltag verinnerlicht haben.</li> </ul> |                                |   |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>   |                                |   |

**Einführung in das Krankenhausmanagement:**

- Kennzeichnung des Sektors
- Betreiber- und Finanzierungs kategorisierung
- Der deutsche Krankenhausmarkt im internationalen Vergleich (USA, UK, NL, S)
- Veränderungen im Patientenmix und -zustrom
- Veränderungen im Personalmix und -markt
- Erwartungshaltung/Gesellschaftskritik an der „Klinikindustrie“

**Rahmenbedingungen und Handlungsstrategien in verschiedenen Krankenhaussettings:**

- Facility Building & -Management
- Physician/Staff Recruitment & Human Resources
- Community Relations & Marketing, Vertrieb
- Diagnostic & Therapy Management
- Controlling & Reimbursement, Business Development
- Umweltmanagement und Entsorgung
- Klinikmanagement unter der Perspektive der Trägermodelle

|  |  |                                |
|--|--|--------------------------------|
| <b>Lehrmethoden:</b>   |  |                                |
| <b>Literatur:</b>  | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen |                                |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::</b><br>10 ECTS von 90 ECTS = 11.11% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                  | <b>Abschlussprüfungen:</b>     |
|  | Siehe Kursbeschreibungen                                 | Modulklausur, 180 Min. (100 %) |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLGWKM01   | <b>Kursname:</b><br>Einführung in das<br>Krankenhausmanagement | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h                               |
|  |  | <b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS                                |
| <b>Kurstyp:</b> Wahlpflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                        |  |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Die Studierenden lernen Merkmale und Besonderheiten des deutschen Krankenhausmarktes kennen. Diese Kennzeichnung wird einem internationalen Vergleich unterzogen. Bei der Betrachtung gegenwärtiger Situationen und Entwicklungen wird Bezug genommen auf die historische Entwicklung. Im Einzelnen werden die verschiedenen Krankentypen seit Ihrer Entstehung beleuchtet und die verschiedenen Trägersettings diskutiert. Darüber hinaus kommen aktuelle soziale und ökonomische Herausforderungen zur Sprache, die einen Ausblick auf geforderte Strategien im Managementhandeln geben.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis über Unterscheidungen von Krankeneinrichtungen haben.</li> <li>• den verschiedenen Formen Träger- und Finanzierungsmodelle zuordnen können.</li> <li>• Spezifika des Non-Profit- und For-Profit-Marktes kennen.</li> <li>• Wissen über Kerngeschäfte/Versorgungsaufträge, Risiken und Herausforderungen unterschiedlicher Formen erlangt haben.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Kennzeichnung des Sektors</b></p> <p>1.1 Der Krankenhaussektor als Element im Gesundheitssystem<br/>1.2 Grundprinzipien und Merkmale der Krankenhausversorgung<br/>1.3 Der Krankenhaussektor: Ökonomie, Krankenhausgüter und marktwirtschaftliche Steuerung</p> <p><b>2. Betreiberkategorisierung</b></p> <p>2.1 Betreiber, Träger und Unternehmensformen<br/>2.2 Rechtsformen von Krankenhäusern</p> <p><b>3. Finanzierungskategorisierung</b></p> <p>3.1 Finanzierungskategorien<br/>3.2 Betriebskostenfinanzierung<br/>3.2 Investitionsfinanzierung</p> <p><b>4. Der deutsche Krankenhausmarkt im internationalen Vergleich (USA, UK, NL, S)</b></p> |  |  |

4.1 Krankenhäuser: Subsysteme im jeweiligen Gesundheitssystem

4.2 Indikatoren für Krankenhausleistungen

4.3 Weitere Gedanken zur Produktivität der Krankenhäuser

## **5. Veränderungen im Patientenmix und -zustrom**

5.1 Zunehmende Patientensouveränität

5.2 Patientensicherheit

5.3 Demografie und Patienten

5.4 Medizintourismus

## **6. Veränderungen im Personalmix und -markt**

6.1 Die Bedeutung des personellen Faktors

6.2 Arbeitnehmerüberlassung

6.3 Diversität als Antwort und Herausforderung

## **7. Erwartungshaltung/Gesellschaftskritik an der „Klinikindustrie“**

7.1 Wirtschaftliches Handeln und verstärkter Wettbewerb

7.2 Die Identität von Krankenhäusern

7.3 Erwartungen, Prognosen und Entwicklungen im Krankenhaus

Literatur:

- Fießa, S. (2008): Grundzüge der Krankenhaussteuerung. Oldenbourg, Berlin. ISBN-13: 978-3486582796.
- Goepfert, A./Conrad, C. B. (Hrsg.) (2013): Unternehmen Krankenhaus. Thieme, Stuttgart. ISBN-13: 978-3131673213.
- Neunert, T. (2009): Organisationskultur konfessioneller Krankenhäuser. Ibidem, Hannover. ISBN-13: 978-3838200064.
- Papenhoff, M./Schmitz, F. (2012): BWL für Mediziner im Krankenhaus. Zusammenhänge verstehen – Erfolgreich argumentieren. 2. Auflage, Springer, Heidelberg. ISBN-13: 978-3642292392.
- Schlüchtermann, J. (2013): Betriebswirtschaft und Management im Krankenhaus. Grundlagen und Praxis. Medizinisch-Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft, Stuttgart. ISBN-13: 978-3954660001.
- Simon, M. (2009): Das Gesundheitswesen in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise. Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456847573.
- Zapp, W. (Hrsg.) (2010): Kennzahlen im Krankenhaus. Eul, Lohmar. ISBN-13: 978-3899369076.

### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

### **Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30



|   |   |                                |
|---|---|--------------------------------|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLGWKM02  | <b>Kursname:</b><br>Krankenhaussettings –<br>Rahmenbedingungen und<br>Handlungsstrategien | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h |
|   |   | <b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS  |
| <b>Kurstyp:</b> Wahlpflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>                          | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>DLGWKM01  |                                |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung                              |                                |

### **Beschreibung des Kurses:**

Aufbauend auf dem Kurs „Einführung in das Klinikmanagement“ werden den Studierenden hier vertiefende Kenntnisse im konkreten Managementhandeln vermittelt. Zum einen stehen hier Strategien und Beispielprojekte aus den verschiedenen Funktionsbereichen und Disziplinen der klinischen Medizin in einem üblichen Krankenhaussetting (allgemeines kommunales Krankenhaus) im Fokus, zum anderen werden dieselben Disziplinen und Funktionsbereiche unter der Perspektive anderer Trägermodelle (konfessionelles Non-Profit-Krankenhaus, For-Profit-Krankenhaus oder Klinik in privater Trägerschaft) in den Blick genommen. Anhand von Praxisbeispielen und Übungsaufgaben erwerben die Studierende Fach- und Praxiswissen im umfeldabhängigen Klinikmanagement.

### **Kursziele:**

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sollen Studierende

- ein Gespür für Managemententscheidungen und Konsequenzen entwickelt haben.
- die unterschiedlichen Handlungsansprüche unter verschiedenen Trägerszenarien erkennen, werten und bewältigen können.
- lösungsorientiertes Handeln im Krankenhausalltag verinnerlicht haben.

### **Lehrmethoden:**

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.

### **Inhalte des Kurses:**

#### **1. Facility Building & -Management**

1.1 Facility-Management im Krankenhaus

1.2 Facility-Management beginnt mit dem Krankenhausbau (Facility Building)

1.3 Facility Building und Baurecht

#### **2. Physician/Staff Recruitment & Human Resources**

2.1 Personalbindung

2.2 Personalmanagement für ganzheitliche Betrachtung

2.3 Personalcontrolling

#### **3. Community Relations & Marketing, Vertrieb**

3.1 Community Relations & Marketing, Vertrieb: Eine begriffliche Einordnung

3.2 Marketing für unternehmerisches Handeln der Krankenhäuser

#### **4. Diagnostic & Therapy Management**

4.1 Diagnose und Therapie im Krankenhaus

4.2 Aufbauorganisation

4.3 Prozessorganisation

## **5. Controlling & Reimbursement, Business Development**

5.1 Vergütung von Krankenhausleistungen

5.2 Controlling

5.3 Strategisches Krankenmanagement (Business Development)

## **6. Umweltmanagement und Entsorgung**

6.1 Umweltmanagement

6.2 Zertifizierung eines Umweltmanagementsystems

6.3 Entsorgung

## **7. Klinikmanagement unter der Perspektive der Trägermodelle**

7.1 Träger, Rechtsformen und Einflussgrößen

7.2 Das konfessionelle Krankenhaus - „no mission, no margin?“

7.3 Das privatgetragene For-profit-Krankenhaus - „margin without mission?“

7.4 Das kommunale allgemeine Krankenhaus - „no margin, no mission?“

### Literatur:

- Fießa, S. (2008): Grundzüge der Krankenhaussteuerung. Oldenbourg, Berlin. ISBN-13: 978-3486582796.
- Goepfert, A./Conrad, C. B. (Hrsg.) (2013): Unternehmen Krankenhaus. Thieme, Stuttgart. ISBN-13: 978-3131673213.
- Neunert, T. (2009): Organisationskultur konfessioneller Krankenhäuser. Ibidem, Hannover. ISBN-13: 978-3838200064.
- Papenhoff, M./Schmitz, F. (2012): BWL für Mediziner im Krankenhaus. Zusammenhänge verstehen – Erfolgreich argumentieren. 2. Auflage, Springer, Heidelberg. ISBN-13: 978-3642292392.
- Schlüchtermann, J. (2013): Betriebswirtschaft und Management im Krankenhaus. Grundlagen und Praxis. Medizinisch-Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft, Stuttgart. ISBN-13: 978-3954660001.
- Simon, M. (2009): Das Gesundheitswesen in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise. Huber, Bern. ISBN-13: 978-3456847573.
- Zapp, W. (Hrsg.) (2010): Kennzahlen im Krankenhaus. Eul, Lohmar. ISBN-13: 978-3899369076.

### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

### **Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

**Modul**

**Online- und Social Media Marketing  
(DLBMSM)**

**10 ECTS**

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>Modulbezeichnung:</b>   | <b>Online- und Social Media Marketing</b> |  |
| <b>Modulnummer:</b><br>DLBMSM  | <b>Semester:</b><br>3 Semester            | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester;<br>ab dem 5. Semester wählbar  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Pflicht, Wahlpflicht<br><br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs   |   | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS   |
| <b>Workload:</b> 300 h   |   | <b>ECTS Punkte:</b> 10 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine  |   | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch  |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Online-Marketing (DLBMSM01)</li> <li>• Social Media Marketing (DLBMSM02)</li> </ul>  |   | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 220 h<br>Selbstüberprüfung: 40 h<br>Tutorien: 40 h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System  |   | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Prof. Dr. Maren Weber   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Finanzmanagement</li> <li>• Bachelor Personalmanagement</li> <li>• Bachelor Marketing</li> <li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li> <li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> </ul>  |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BWL I + II</li> <li>• Dienstleistungsmanagement</li> <li>• Marketing I + II</li> <li>• Unternehmensrecht</li> </ul> |
| <b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b>   |   |  |
| <p><b>Online-Marketing</b><br/>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die unterschiedlichen Online Marketing Kanäle zu kennen und zu bewerten.</li> <li>• eine Online Marketing Strategie zu konzipieren.</li> <li>• durch Webanalytics die Medienplanung zu beurteilen.</li> <li>• die Lead und Conversionsraten zu optimieren.</li> </ul> <p><b>Social Media Marketing</b><br/>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Social Media Marketing in den Gesamtmarketing Mix zu integrieren.</li> <li>• eine Social Media Strategie zu entwickeln.</li> <li>• die verschiedenen Social Media-Kanäle (Facebook, Instagram...) zu bewerten.</li> <li>• Social Media für Innovationsmanagement und Netzwerke zu nutzen.</li> </ul> |   |  |
| <b>Lehrinhalt des Moduls:</b>  |   |  |

## Online-Marketing

- Grundlagen des Online-Marketings
- Formen und Kanäle des Online-Marketings
- Online Marketing-Strategie
- Mediaplanung online
- Vorzüge und Probleme einer Webpräsenz
- Viralmarketing und Word-of-Mouth
- Mobile Marketing und M-Commerce
- Online-Recht
- Online-Kundenbindung und -Service
- Messen und Bewerten von Online-Marketing-Programmen

## Social Media Marketing

- Grundlagen des Social Media Marketings
- Social Media Marketing im Gesamt-Marketingmix
- Social Media-Landkarte
- Social Media im Unternehmen
- Social Media-Strategieentwicklung
- Word-of-Mouth und virales Marketing
- Social Media im Innovationsmanagement
- Kollaborationen, Business-Netzwerke und Social Recruiting
- Rechtliche Rahmenbedingungen von Social Media
- Entwicklungen im Social Media Marketing

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>Lehrmethoden:</b>  |  |  |
| <b>Literatur:</b>   | Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen |  |
| <b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms::</b><br>10 ECTS von 90 ECTS = 11.11% | <b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>                  | <b>Abschlussprüfungen:</b>   |
|   | Siehe Kursbeschreibungen                                 | <b>DLBMSM01:</b> Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit (50 %)<br><b>DLBMSM02:</b> Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit (50 %) |

|  |                                      |   |
|--|--------------------------------------|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLBMSM01   | <b>Kursname:</b><br>Online-Marketing | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht, Wahlpflicht<br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><br><b>Kursdauer:</b>   |                                      | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                             |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |                                      | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <b>Beschreibung des Kurses:</b><br><br>Dieser Kurs bedient sich der Grundlagen betriebs- und volkswirtschaftlicher Prinzipien um dem Teilnehmer eine strategische Auseinandersetzung mit dem Thema Online-Marketing zu ermöglichen. Strategische Positionierung von Unternehmen im World Wide Web, Optimierung der Präsenzen sowie die Erfolgsmessung und Auswertung relevanter Kennzahlen bilden einheitlich die Grundlage für das übergeordnete Modul.<br><br>Der Kurs Online-Marketing vermittelt grundlegende Fachbegriffe und Konzepte aus dem elektronischen Geschäftsverkehr und geht hierbei auf unterschiedliche Formen der Vermarktung und deren Verbreitung im Internet ein. Er erweitert das Verständnis des Online-Marketings um Elemente des strategischen und vor allem operativen Marketings, besonders der Planung und Realisierung von Werbekampagnen über verschiedene Absatzkanäle.<br><br>Basierend auf dem Verständnis des Verhaltens von Onlinekunden werden Taktiken zur Erhöhung der Kundenzahlen und Kampagnen über das Internet und die Wichtigkeit von Online-Beziehungen diskutiert.<br><br>Dieser Kurs bietet den Studenten die Möglichkeit die verschiedenen Aspekte des Online Marketing Managements in der Praxis kennenzulernen und umzusetzen. Sie lernen wie die Online Medienplanung durch Webanalytics und gezieltes Monitoring zu beurteilen ist. Weiterhin wird auf die Optimierung der Online-Strategie zur Erhöhung der Lead- und Conversionsraten eingegangen.<br><br><b>Kursziele:</b><br>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>• die unterschiedlichen Online Marketing Kanäle zu kennen und zu bewerten.</li> <li>• eine Online Marketing Strategie zu konzipieren.</li> <li>• durch Webanalytics die Medienplanung zu beurteilen.</li> <li>• die Lead und Conversionsraten zu optimieren.</li> </ul> Nach Beendigung des Kurses haben die Teilnehmer ein grundlegendes Verständnis von den Vermarktungschancen eines Unternehmens im World Wide Web und können erste strategische Entscheidungen treffen.<br><br><b>Lehrmethoden:</b><br>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.<br><br><b>Kursinhalte:</b><br><b>1. Grundlagen des Online-Marketings</b> |                                      |   |

1.1 Entwicklung und Begriff des Online-Marketings

1.2 Die Rolle des Online Marketing im Marketingmix

1.3 Organisatorische Voraussetzungen

## **2. Formen und Kanäle des Online-Marketings**

2.1 Überblick über die Formen des Online-Marketings

2.2 Affiliate- und Suchmaschinen-Marketing

2.3 Display-Werbung und E-Mail-Marketing

## **3. Online Marketing-Strategie**

3.1 Ziele festlegen und eine Basis schaffen

3.2 Die Customer Journey

3.3 Der richtige Channel Mix

3.4 KPIs definieren und analysieren

## **4. Mediaplanung online**

4.1 Prinzipien erfolgreicher Mediaplanung

4.2 Mediabudgets zielgerichtet kreieren und strukturieren

4.3 Vorteile integrierter Kampagnen

4.4 Erfolgreicher Mediamix durch Kampagnenmanagement

## **5. Vorzüge und Probleme einer Webpräsenz**

5.1 Die Corporate Website

5.2 Vorteile des Online-Handels

5.3 Möglichkeiten der Präsentation und Verbreitung von Produkten / Dienstleistungen

5.4 Nachteile von Vermarktungsstrategien über das Internet

## **6. Viralmarketing und Word-of-Mouth**

6.1 The Power of Storytelling

6.2 Der richtige Content im richtigen Kontext

6.3 Virale Container - Welche Inhalte für welchen Zweck?

6.4 Viral Strategien - Wie verbreite ich meine Inhalte?

6.5 Die Bedeutung von YouTube und anderen Plattformen

## **7. Mobile Marketing und M-Commerce**

7.1 Grundlagen des Mobile Marketings

7.2 Apps vs. Mobile Web

7.3 QR-Code-Marketing & In-App-Advertising

7.4 Erfolgsfaktoren mobiler Kampagnen

## **8. Online-Recht**

8.1 Rechtliche Aspekte des Online-Marketings I

8.2 Rechtliche Aspekte des Online-Marketings II

8.3 Das Urheberrecht und der Umgang mit User-generated Content

8.4 Das Recht am eigenen Bild

## **9. Online-Kundenbindung und -Service**

9.1 Kundengewinnung und Kundenbindung im Online-Marketing

9.2 Online-Kundenbindung im Kundenbeziehungslebenszyklus

9.3 Online-Kundenservice

## **10. Messen und Bewerten von Online-Marketing-Programmen**

10.1 Kennzahlen im Online-Marketing

10.2 Web-Monitoring

10.3 Big Data – Herausforderung und Chance

### **Zusätzliches Kursmaterial Video:**

#### **1. Web Analytics und Monitoring**

1.1 Google Analytics

1.2 Professionelle Tools

1.3 Web Analytics und Monitoring aufsetzen, auslesen und optimieren

1.4 Social Media Monitoring

1.5 Die wichtigsten KPIs und deren Verwendung

#### **2. Die eigene Website**

2.1 Überblick Gewerke

2.2 Dienstleister richtig briefen

2.3 Das Projekt führen

2.4 Grundsätze der Gestaltung und der Informationsarchitektur

2.5 Die Technologieentscheidung

2.6 Usability

#### **3. Conversion Optimierung**

3.1 Die besten Trafficstrategien

3.2 Psychologische Beschleuniger

3.3 Landingpage-Optimierung

3.4 Layout und Typografie

3.5 Mobile Landingpages

3.6 Testmethoden

#### **4. Suchmaschinenmarketing I, SEA**

4.1 Search around the world – Google, Bing, Yahoo, Yandex, Baidu...

4.2 Geschäftsmodelle und Zielgruppen per Suche matchen

4.3 Suchmaschinen und Search Engine Advertising (SEA)

4.4 Suchverhalten im Wandel der (mobilen) Technologien

4.5 SEA-Kommunikations- und Kampagnenstrategien

4.6 Anzeigen- und Keywordwelten aufbauen

#### **5. Suchmaschinenmarketing Teil II, SEO**

5.1 Suchmaschinenoptimierung (SEO) auf der eigenen Webseite

5.2 SEO außerhalb der eigenen Webseite: Linkbuilding

5.3 Aktuelle Entwicklungen in dem Bereich SEO

#### **6. Display Advertising**

6.1 Welches Format für welchen Zweck?

6.2 Gestaltungsrichtlinien im DisplayAdvertising

6.3 Aktuelle Sonderformate



6.4 Data Driven Display und Real Time Bidding

## **7. E-Mail-Marketing 1&2 (2 Teile zu 45 Min.)**

7.1 Einsatzformen des E-Mail-Marketings

7.2 Der Umgang mit E-Mail-Adressen

7.3 Kommunikationsplanung und -konzeption

7.4 Zielgruppen

7.5 Absender und Betreff, Inhalte, Design und Versand

7.6 Tracking, Analyse und Optimierung

7.7 Technische Umsetzung

## **8. Mobile Marketing und M-Commerce**

8.1 Apps vs. Mobile Web

8.2 Chancen, Aufwand und Nutzen mobiler Angebote

8.3 Konzeption unter Marketingaspekten

8.4 Hintergründe und Regeln für erfolgreiche mobile Kampagnen

8.5 Integration in den Marketing-Mix

8.6 QR-Code-Marketing & In-App-Advertising

## **9. Affiliate Marketing**

9.1 Grundlagen des Affiliate-Marketings

9.2 Einbindung in den klassischen Marketing-Mix

9.3 Budgetsteuerung

9.4 Konkreter Werbemittelleinsatz

9.5 Kommunikation mit Affiliate-Partnern

9.6 Dos and Don'ts im Affiliate-Marketing

## **10. Zusammenarbeit mit Agenturen**

10.1 Professionelle Auswahlverfahren für Online Marketingagenturen

10.2 Agenturvereinbarungen: Die wichtigsten Regeln zur fairen Gestaltung

10.3 Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser: Umgang mit Agenturen

10.4 Das Tagesgeschäft strategisch und operativ sinnvoll gestalten

### Literatur:

- Broschart, S. (2011): Suchmaschinenoptimierung & Usability. 2. Auflage, Franzis, Haar. ISBN-13: 978-3645601054.
- Hassler, M. (2011): Web Analytics. Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren. 3. Auflage, Mitp, Frechen. ISBN-13: 978-3826691225.
- Kollmann, T. (2013): Online-Marketing. Grundlagen der Absatzpolitik in der Net Economy. 2. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart. ISBN-13: 978-3170230248.
- Kreutzer, R. T. (2014): Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte – Instrumente – Checklisten. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658023898.
- Lammenett, E. (2009): Praxiswissen Online-Marketing. Affiliate- und E-Mail-Marketing, Keyword-Advertising, Online-Werbung, Suchmaschinen-Optimierung. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834914804.

**Prüfungsleistungen:**

Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 110

Selbstüberprüfung (in Std.): 20

Tutorien (in Std.): 20

|   |  |   |
|---|--|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>DLBMSM02  | <b>Kursname:</b><br>Social Media Marketing | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Pflicht, Wahlpflicht<br>Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs<br><br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><br><b>Kursdauer:</b>  |  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung           |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <b>Beschreibung des Kurses:</b><br><br>Dieser Kurs bedient sich der Grundlagen vernetzter Kommunikationsstrategien im Internet um dem Teilnehmer eine erste aktive Auseinandersetzung mit dem Thema Social Media Marketing zu ermöglichen. Dabei werden die Instrumente des heutigen Social Media-Marketings und deren Kanäle genauer betrachtet, um diese gezielt für weitere Marketingmaßnahmen und -strategien erfolgsorientiert einzusetzen. Die strategische Positionierung eines Unternehmens im Social Media-Bereich spielt genauso eine zentrale Rolle, wie die Integration von Social Media als zusätzlicher Servicebaustein im grundlegenden Online-Marketing-Gesamtmix.<br><br>Dieser Kurs lehrt die aktive Auseinandersetzung mit dem Thema Social Media-Management. Dabei werden die Social-Media-Kanäle, wie Facebook, Instagram, Pinterest u. Ä. genauer betrachtet, um diese gezielt für weitere Marketingmaßnahmen und -strategien erfolgsorientiert einzusetzen.<br><br>Der Kurs Social Media-Management vermittelt somit grundlegende Konzepte wie die Entwicklung einer Social Media-Strategie für Unternehmen. Er geht praxisbezogen auf die Nutzung und das Monitoring verschiedener Social-Media-Kanäle ein. Darüber hinaus geht der Kurs auf die Contenterstellung sowie das Contentmanagement und die Redaktionsplanung ein. Somit umfasst der Kurs alle Social Media-Themen und geht auf diese praxisbezogen ein.<br><br><b>Kursziele:</b><br>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>• Social Media Marketing in den Gesamtmarketing Mix zu integrieren.</li> <li>• eine Social Media Strategie zu entwickeln.</li> <li>• die verschiedenen Social Media-Kanäle (Facebook, Instagram...) zu bewerten.</li> <li>• Social Media für Innovationsmanagement und Netzwerke zu nutzen.</li> <li>• die global vernetzten Vermarktungschancen eines Unternehmens im Social Media-Bereich grundlegend einzuschätzen und diesbezüglich erste strategische Entscheidungen zu treffen.</li> </ul><br><b>Lehrmethoden:</b><br>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.<br><br><b>Kursinhalte:</b><br><b>1. Grundlagen des Social Media Marketings</b><br>1.1 Entwicklung der sozialen Medien und der Begriff des Social Media Marketings |  |   |

1.2 Funktionsweise, Arten und Anwendungsfelder von Social Media Marketing

1.3 Typologie und Aktivitäten von Social Media-Nutzern

1.4 Ziele von Social Media Marketing

## **2. Social Media Marketing im Gesamt-Marketingmix**

2.1 Chancen und Risiken durch Social Media

2.2 Die POST-Methode nach Groundswell

2.3 Integration in den klassischen Marketingmix

2.4 Social Media als Service-Kanal

## **3. Social Media-Landkarte**

3.1 Überblick über die Social Media-Landkarte

3.2 Steckbriefe der relevantesten Social Media-Kanäle

3.3 Zielgruppen/Nutzergruppen

## **4. Social Media im Unternehmen**

4.1 Rolle des Social Media Managers im Unternehmen

4.2 Arten von Social Media-Strategien im Unternehmen

4.3 Social Media Governance

## **5. Social Media-Strategieentwicklung**

5.1 Was ist eine Strategie? Definitionen

5.2 Ziele einer Strategie

5.3 Stufen der Social Media-Strategieentwicklung

## **6. Word-of-Mouth und virales Marketing**

6.1 Definition und Funktionsweise von WoM

6.2 Stellenwert von Multiplikatoren und Opinion Leaders

6.3 Erstellung einer WoM-Kampagne und deren Erfolgskontrolle

6.4 Virale Kampagnen und der Social Ripple-Effekt

6.5 Online Reputation Management, Krisenmanagement und PR 2.0

## **7. Social Media im Innovationsmanagement**

7.1 Einführung in Crowdsourcing

7.2 Innovationen durch interaktive Wertschöpfung, Lead User und Social Media Intelligence

7.3 Social Media als Instrument der qualitativen Marktforschung

## **8. Kollaborationen, Business-Netzwerke und Social Recruiting**

8.1 Arten und Funktionsweise von Business-Netzwerken

8.2 Möglichkeit der Integration von Social Business Networking anhand von XING

8.3 Social Media Recruiting

## **9. Rechtliche Rahmenbedingungen von Social Media**

9.1 Gesetzlicher Rahmen von Social Media

9.2 User Generated Content

9.3 Social Media Guidelines

9.4 Der „Like Button“ – Rechtliche Bedingungen zu Social Ads

## **10. Entwicklungen im Social Media Marketing**

10.1 Sozialer Wandel – neue Formen des Konsums

10.2 Social Products, Brands und Social Commerce

10.3 Open Leadership – Umgang mit Kontrollverlust

### **Zusätzliches Kursmaterial Video:**

#### **1. Community Management**

1.1 Ausrichtung und Strategie

1.2 Das Berufsbild des Community Managers

1.3 Community & Ressourcen Aufbau

1.4 Methoden und Prozess

1.5 Umgang mit speziellen Nutzergruppen

1.6 Verwaltung und Erfolgskennzahlen

#### **2. Social Media Monitoring Teil 1**

2.1 Social Media Messgrößen im Überblick

2.2 Auswirkungen von Social Media Monitoring

2.3 Tool Varianten

2.4 Überblick über kostenlose und kostenpflichtige Monitoring-Tools

2.5 Methodik und Vorgehensweise bei der Messung

#### **3. Social Media Monitoring Teil 2**

3.1 Einsatzgebiete von Social Media Monitoring

3.2 Social Media Metrik

3.3 Vorstellung wichtiger KPI's (Key Performance Indikatoren)

3.4 Vielfältige interessante Praxisbeispiele

#### **4. Corporate Blogging**

4.1 Welche Blogtypen gibt es?

4.2 Vor- und Nachteile eines Corporate Blogs

4.3 Die Redaktionsplanung

4.4 Budget- und Zeitplanung

4.5 Vermarktung des Blogs

#### **5. Facebook – Einblicke in das größte Social Network**

5.1 Was ist ein Social Network?

5.2 Viralität auf Facebook

5.3 Oberflächen auf Facebook

5.4 Die Arbeit mit einer FacebookSeite

5.5 Der Newsstream und der Facebook-Edgerank

5.6 Kommunikationsanlässe

#### **6. Facebook Advertising – Werben auf Facebook**

6.1 Grundlagen: Auktion und Algorithmus

6.2 Kampagnenstruktur

6.3 Targeting

6.4 Bidding

6.5 Tracking

6.6 Optimierung und Best Practises

## **7. Social Media Marketing mit Twitter**

- 7.1 Architektur der Plattform Twitter
- 7.2 Funktionsweise, Nutzergruppen und Kommunikationsformen
- 7.3 Darstellungsmöglichkeiten von Unternehmen bei Twitter
- 7.4 Werbemöglichkeiten bei Twitter
- 7.5 Tipps und Erfahrungen aus der Praxis für die Praxis
- 7.6 Best Practice Beispiele

## **8. Social Media Marketing mit Youtube**

- 8.1 Architektur der Plattform Youtube
- 8.2 Funktionsweise, Nutzergruppen und Kommunikationsformen
- 8.3 Darstellungsmöglichkeiten von Unternehmen bei Youtube
- 8.4 Werbemöglichkeiten bei Youtube
- 8.5 Tipps und Erfahrungen aus der Praxis für die Praxis
- 8.6 Best Practice Beispiele

## **9. Social Media Marketing mit Instagram**

- 9.1 Architektur der Plattform Instagram
- 9.2 Funktionsweise, Nutzergruppen und Kommunikationsformen
- 9.3 Darstellungsmöglichkeiten von Unternehmen bei Instagram
- 9.4 Werbemöglichkeiten bei Instagram
- 9.5 Tipps und Erfahrungen aus der Praxis für die Praxis
- 9.6 Best Practice Beispiele

## **10. Social Media Marketing mit Pinterest**

- 10.1 Architektur der Plattform Pinterest
- 10.2 Funktionsweise, Nutzergruppen und Kommunikationsformen
- 10.3 Darstellungsmöglichkeiten von Unternehmen bei Pinterest
- 10.4 Werbemöglichkeiten bei Pinterest
- 10.5 Tipps und Erfahrungen aus der Praxis für die Praxis
- 10.6 Best Practice Beispiele

## **11. Contenterstellung**

- 11.1 Was macht guten Content aus?
- 11.2 Ideen für guten Content finden und umsetzen
- 11.3 Eigenen Content einfach und ohne Designkenntnisse erstellen
- 11.4 Tools und Software für die Contenterstellung

## **12. Content Management und Redaktionsplanung**

- 12.1 Was ist Content Management?
- 12.2 Warum und wie Content Management für Social Media Plattformen eingesetzt wird
- 12.3 Redaktionspläne erstellen und anwenden
- 12.4 Statistiken in das Content Management einbeziehen

Literatur:

- Grabs, A. (2011): Follow me! Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co. Galileo Computing, Bonn. ISBN-13: 978-3836216722.
- Heymann-Reder, D. (2011): Social Media Marketing. Erfolgreiche Strategien für Sie und Ihr Unternehmen. Addison-Wesley, Bonn. ISBN-13: 978-3827330215.

**Prüfungsleistungen:**

- Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 110

Selbstüberprüfung (in Std.): 20

Tutorien (in Std.): 20

**Modul**

**Projektmanagement  
Spezialisierung (BWPM)**

**10 ECTS**



|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Modulbezeichnung:</b>   | <b>Projektmanagement Spezialisierung</b> |  |
| <b>Modulnummer:</b><br>BWPM  | <b>Semester:</b><br>3 Semester           | <b>Dauer:</b><br>Minimaldauer 1 Semester;<br>ab dem 5. Semester wählbar  |
| <b>Modul Typ:</b><br>Wahlpflicht   |  | <b>Regulär angeboten im:</b><br>WS, SS   |
| <b>Workload:</b> 300 h   |  | <b>ECTS Punkte:</b> 10 ECTS  |
| <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine  |  | <b>Unterrichtssprache:</b><br>Deutsch  |
| <b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spezialaspekte des Projektmanagements (BWPM01)</li> <li>• IT-Aspekte des Projektmanagements (BWPM02)</li> </ul>  |  | <b>Dauer:</b><br>Selbststudium: 210 h<br>Selbstüberprüfung: 30 h<br>Tutorien: 60 h   |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System  |  | <b>Modulverantwortliche(r):</b><br>Dr. André Hollstein   |
| <b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor Finanzmanagement</li> <li>• Bachelor Personalmanagement</li> <li>• Bachelor Marketing</li> <li>• Bachelor Wirtschaftsrecht</li> <li>• Bachelor Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Bachelor Gesundheitsmanagement</li> <li>• Bachelor Soziale Arbeit</li> <li>• Bachelor Pflegemanagement</li> <li>• Bachelor Logistikmanagement</li> </ul> |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Computer Training</li> <li>• Projektmanagement</li> </ul> |

**Qualifikations- und Lernziele des Moduls:****Spezialaspekte des Projektmanagements:**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Projektmanagement sowohl als Methode, als auch als Führungsinstrument zu verstehen.
- Strategie, Organisation und Umsetzung des Projektmanagements zu entwickeln.
- Projektmanagement als strategischen Wettbewerbsfaktor zu erfassen.
- Projektmanagement mit Wissens- und Change-Management zu verknüpfen.
- das Controlling von Qualität, Kosten, Risiken und Terminen im Rahmen des Projektmanagements zu erfassen.
- die für Projekte notwendigen Ressourcen zu planen und zu steuern.
- die Bedeutung psychologischer und kultureller Rahmenbedingungen für das Projektmanagement zu verstehen.

**IT-Aspekte des Projektmanagements:**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterstützung von IT-Instrumenten für das Projektmanagement zu verstehen.
- die spezifischen Vor- und Nachteile von Standard und Spezial-Softwarelösungen abzuwägen.
- die Auswahlkriterien für IT-Lösungen des Projektmanagements zu kennen und anzuwenden.
- die Herausforderungen und Grenzen von IT-Lösungen für standortübergreifende Projekte zu erkennen.
- die innovationsgetriebenen, neuen und alternativen Ansätze des Projektmanagements zu verstehen.
- eine selbstgewählte Fallstudie eigenständig zu erstellen.

**Lehrinhalt des Moduls:****Spezialaspekte des Projektmanagements:**

- Strategische Aspekte des Projektmanagements
- Projektorganisation
- Change- und Wissensmanagement mit Projekten
- Projektcontrolling
- Management der Qualität von Projekten
- Der „menschliche Faktor“
- Aspekte internationaler und interkultureller Projektarbeit

**IT-Aspekte des Projektmanagements:**

- Alternative PM-Ansätze
- Softwareunterstützung des Projektmanagements
- Projektmanagement-Fallstudie

**Lehrmethoden:****Literatur:**

Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen

**Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms::**

10 ECTS von 90 ECTS = 11.11%

**Prüfungszulassungsvoraussetzung:**

Siehe Kursbeschreibungen

**Abschlussprüfungen:**

**BWPM01:** Modulklausur 90 Min. (50%)  
**BWPM02:** Schriftliche Fallstudie im Kurs II (50%)

|   |  |   |
|---|--|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>BWPM01  | <b>Kursname:</b><br>Spezialaspekte des<br>Projektmanagements | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Wahlpflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>  |  | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                             |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System   |  | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Projektmanagement hat sich sowohl als Methode als auch als Führungsinstrument etabliert. Dieser Kurs vertieft die im Basismodul dargestellten grundsätzlichen Fragen, Planungs- und Durchführungsschritte sowie deren instrumentelle Umsetzung und erweitert sie um strategische und operative Führungsentscheidungen rund um die Organisation des Projektmanagements.</p> <p>Dabei werden sowohl die Querschnittfunktion einer projektorientierten Unternehmensorganisation und der entsprechenden Führung herausgestellt als auch die wissenschaftlichen Perspektiven anderer Module des Bachelor-Programms eingenommen und auf Berührungspunkte zum Projektmanagement hingewiesen.</p> <p>Abhängig von der Unternehmensgröße gewinnen Multiprojektorganisation und die Instrumente des Projektportfoliomanagements an Bedeutung, weshalb deren Ansätze ebenfalls einen wichtigen Baustein einer Funktionsvertiefung Projektmanagement bilden.</p> <p>Die Bedeutung der Arbeitsform Projekt und der Exzellenz im Projektmanagement für die Performance des Unternehmens sind unstrittig. Projektmanagement wird zum Wettbewerbsfaktor, weshalb die strategische Komponente des Projektmanagements eine zentrale Bedeutung einnimmt. Dieser Kurs greift die entsprechenden strategischen Fragestellungen auf und verdeutlicht, welche organisatorischen Grundvoraussetzungen erfolgsunterstützende Projektrahmenbedingungen darstellen können.</p> <p>Modern verstandenes Projektmanagement umfasst und unterstützt Führungsaufgaben des Wissens- und Changemanagements.</p> <p>Strategische Planung und Kontrolle von Projekten beinhaltet letztlich auch alle Aspekte des Controllings der Qualität, der Kosten, des Risikos und der Termineinhaltung von Projekten.</p> <p>Als wichtiger Erfolgsfaktor für Projekte lässt sich zweifelsfrei der Faktor der mit der Durchführung des Projektes betrauten Menschen identifizieren. Dazu gehört auch der Hinweis auf die Notwendigkeit, sich in Zeiten der Globalisierung des Wirtschaftsgeschehens mit den kulturellen Herausforderungen internationalen Projektmanagements zu beschäftigen.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektmanagement sowohl als Methode, als auch als Führungsinstrument zu verstehen.</li> <li>• Strategie, Organisation und Umsetzung des Projektmanagements zu entwickeln.</li> <li>• Projektmanagement als strategischen Wettbewerbsfaktor zu erfassen.</li> <li>• Projektmanagement mit Wissens- und Change-Management zu verknüpfen.</li> <li>• das Controlling von Qualität, Kosten, Risiken und Terminen im Rahmen des Projektmanagements zu erfassen.</li> <li>• die für Projekte notwendigen Ressourcen zu planen und zu steuern.</li> <li>• die Bedeutung psychologischer und kultureller Rahmenbedingungen für das Projektmanagement zu verstehen.</li> </ul> |  |   |

## **Lehrmethoden:**

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.

## **Inhalte des Kurses**

### **1. Grundlagen des Projektmanagements**

- 1.1 Projektbeteiligte
- 1.2 Projektphasen
- 1.3 Projektsteuerung und -kontrolle

### **2. Strategische Aspekte des Projektmanagements**

- 2.1 Kritische Erfolgsfaktoren des Projektmanagements
- 2.2 Einfluss des Projektmanagements für die Business Performance
- 2.3 Projektmanagement als Wettbewerbsvorteil

### **3. Projektorganisation**

- 3.1 Aufbauorganisatorische Aspekte
- 3.2 Projektportfoliomanagement
- 3.3 Multiprojektorganisation
- 3.4 Projektmanagements in interorganisationalen und internationalen Arbeitsprozessen
- 3.5 Project Office und Project Management Office

### **4. Change- und Wissensmanagement mit Projekten**

- 4.1 Unterstützung von Change-Prozessen durch PM
- 4.2 Unterstützung des Wissensmanagements durch PM

### **5. Projekt-Controlling**

- 5.1 Strategisches Projekt-Controlling
- 5.2 Operatives Projekt-Controlling

### **6. Management der Qualität von Projekten**

- 6.1 Qualitätsmanagementsysteme
- 6.2 Bedeutung von QM-Systemen für das PM

### **7. Der Faktor „Mensch“**

- 7.1 Empirische Belege für den Erfolgsfaktor „Mensch“ für Projekte
- 7.2 Verhaltenstheoretische und (wirtschafts-)psychologische Aspekte
- 7.3 Personalentwicklungs- und Karriereaspekte

### **8. Aspekte internationaler und interkultureller Projektarbeit**

- 8.1 Kulturelle Diversität in Projektteams
- 8.2 Ansatzpunkte der Verbesserung interkultureller Kooperation

#### Literatur:

- Ahlemann, F./Eckl, C. (Hrsg.) (2013): Strategisches Projektmanagement. Praxisleitfaden, Fallstudien und Trends. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3642347603.
- Cronenbroeck, W. (2004): Handbuch Internationales Projektmanagement. Grundlagen, Organisation, Projektstandards. Interkulturelle Aspekte. Angepasste Kommunikationsformen. Cornelsen, Berlin. ISBN-13: 978-3589236008.
- Fiedler, R. (2010): Controlling von Projekten. Mit konkreten Beispielen aus der Unternehmenspraxis. 5. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834808899.
- Hirzel, M./Alter, W./Sedlmayer, M. (Hrsg.) (2011): Projektportfolio-Management. Strategisches und operatives Multi-Projektmanagement in der Praxis. 3. Auflage, Gabler. ISBN-13: 978-3834923783.
- Huber, A./Kuhnt, B./Diener, M. (2011): Projektmanagement. Erfolgreicher Umgang mit Soft Factors. vdf, Zürich. ISBN-13: 978-3728132437.
- Jenny, B. (2009): Projektmanagement. Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere. 3. Auflage, vdf, Zürich. ISBN-13: 978-3728132482.
- Litke, H.-D. (2007): Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen Evolutionäres Projektmanagement. 5. Auflage, Hanser, München. ISBN-13: 978-3446409972.
- Meier, H. (2004): Internationales Projektmanagement. NWB, Herne. ISBN-13: 978-34825284185.
- Seidl, J. (2011): Multiprojektmanagement. Übergreifende Steuerung von Mehrprojektsituationen durch Projektportfolio- und Programmmanagement. Springer, Berlin. ISBN-13: 978-3642167225.
- Wastian, M./Braumandl, I./Rosenstiel, L. v. (Hrsg.) (2011): Angewandte Psychologie für das Projektmanagement. 2. Auflage, Springer, Berlin. ISBN-13: 978-3642199196.

#### **Prüfungsleistungen:**

Klausur, 90 Min.

#### **Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Kursnummer:</b><br>BWPM02   | <b>Kursname:</b><br>IT-Aspekte des Projektmanagements | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h<br><br><b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS |
| <b>Kurstyp:</b> Wahlpflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Kursdauer:</b>   |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>BWPM01                            |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste im Learning Management System  |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung        |
| <p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Projektmanagement erfährt in aller Regel IT-Unterstützung. Dabei ist je nach spezieller Aufgabenstellung, Umfang und Aufwand des Projektes zu entscheiden, ob Standard- oder Spezialsoftware eingesetzt werden soll. Die Studierenden werden daher mit den gängigen Auswahlkriterien bekannt gemacht.</p> <p>In einem weiteren Schritt werden exemplarische Programme vorgestellt, die jeweils ein anderes Vorgehensmodell oder eine Branchen- bzw. Funktionsspezialisierung repräsentieren (z. B. Software-Projekte). Dabei wird auch auf die neuen, alternativen Ansätze des Projektmanagements eingegangen.</p> <p>Letztlich werden die Studierenden anhand von und mit thematischem Rückgriff auf die bis dato im Grundmodul und dem ersten Kurs des Spezialisierungsmoduls erarbeiteten Kenntnissen und Fähigkeiten ein Projekt komplett durcharbeiten. Dabei wird eine aktuelle Spezialsoftware benutzt.</p> <p>Die Studierenden werden den Fortschritt und das Ergebnis anhand einer Fallstudie dokumentieren. Die Fallstudie ist Teil der Modulabschlussnote (50 %).</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Unterstützung von IT-Instrumenten für das Projektmanagement zu verstehen.</li> <li>• die spezifischen Vor- und Nachteile von Standard- und Spezial-Softwarelösungen abzuwägen.</li> <li>• die Auswahlkriterien für IT-Lösungen des Projektmanagements zu kennen und anzuwenden.</li> <li>• die Herausforderungen und Grenzen von IT-Lösungen für standortübergreifende Projekte zu erkennen.</li> <li>• die innovationsgetriebenen, neuen und alternativen Ansätze des Projektmanagements zu verstehen.</li> <li>• eine selbstgewählte Fallstudie eigenständig zu erstellen.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></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><b>Inhalte des Kurses</b></p> <p><b>1. Softwareeinsatz im Projektmanagement</b></p> <p>1.1 Warum wird im Projektmanagement Software eingesetzt?</p> <p>1.2 Möglichkeiten und Grenzen der Softwareunterstützung</p> <p><b>2. Projektmanagement-Software</b></p> <p>2.1 Unterscheidung von PM-Software anhand technischer Anforderungen</p> |   |   |

2.2 Einführung einer PM-Software

### **3. Wahl der passenden PM-Software**

3.1 Anforderungen an PM-Software

3.2 Auswahl- und Bewertungskriterien

### **4. Alternative Projektmanagement-Ansätze**

4.1 Das Agile Manifest und dessen zwölf Prinzipien

4.2 Prozessorientiertes PM mit PRINCE2

4.3 SCRUM

4.4 Weitere alternative PM-Ansätze und Bewertung

### **5. Praktische Nutzung von PM-Software**

5.1 Bedeutung von MS Office-Standards als Unterstützung im PM

5.2 Bekannte Software Tools im Projektmanagement

Literatur:

- Engelfried, J./Zahn, S. (2012): Wirkungsvolle Präsentation von und in Projekten. Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834942579.
- Kowalski, S. (2007): Projekte planen und steuern mit EXCEL. Haufe-Lexware, Freiburg. ISBN-13: 978-3448086195.
- Oestereich, B./Weiss, C. (2007): APM – Agiles Projektmanagement. Erfolgreiches Timeboxing für IT-Projekte. dpunkt.verlag, Heidelberg. ISBN-13: 978-38988643863.
- Project Management Institute (Hrsg.) (2013): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide). 5. Auflage, Project Management Institute, Newton Square (PA). ISBN-13: 978-1935589679.
- Schwab, J. (2011): Projektplanung mit Project 2010. Das Praxisbuch für alle Project-Anwender. Hanser, München. ISBN-13: 978-3446423978.
- Wolf, H. (Hrsg.) (2011): Agile Projekte mit Scrum, XP und KANBAN im Unternehmen durchführen. Erfahrungsberichte aus der Praxis. dpunkt.verlag, Heidelberg. ISBN-13: 978-3898647526.

### **Prüfungsleistungen:**

Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

### **Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 120

Selbstüberprüfung (in Std.): 0

Tutorien (in Std.): 30

