

6. Semester Unternehmensgründung und Unternehmertum I (UNT I)

Modulnummer: UNT I	Semester: 6	Umfang: 14 ECTS CP, 2 SWS
Kurzzeichen: UNT I	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit:
Modulgruppe:	Schwerpunktfächer	
Kompetenzen/Lernziele:	Die Studierenden sollen/lernen/können • die privat- und öffentlich-rechtlichen Rahmenbedingungen einer Unternehmensgründung kennen und diese bei der Erstellung des Businessplans berücksichtigen und wissen, welche rechtlichen Restriktionen es bei der Ausarbeitung der Geschäftsidee gibt und wie sich die Geschäftsidee schützen lässt, • die wichtigsten Gründungsformen und deren Vor- und Nachteile differenzieren können und wissen, welche Rolle Behörden, Kammern und Verbände beim Gründungsprozess zukommt, um insbesondere auch die Möglichkeiten staatlicher Wirtschaftsförderung (Economic Incentives) sinnvoll nutzen zu können, • erklären, aus welchen grundsätzlichen Elementen ein Geschäftsmodell besteht; und verschiedene Typen von Geschäftsmodellen differenzieren und deren Erfolgsfaktoren darstellen; einfache Geschäftsmodelle basierend auf einer Ausgangsidee selbständig entwickeln und simulieren (bspw. in Microsoft Excel), wie sich ein Geschäftsmodell bei unterschiedlichen Marktsituationen verhält. • den Finanzierungsbedarf für ein Geschäftsmodell abschätzen; verschiedene Finanzierungskonzepte entwickeln und für ein konkretes Geschäftsmodell optimieren und praxisrelevante Finanzierungsinstrumente und ihre konkrete Ausgestaltung kennen. • Techniken zur Generierung von Geschäftsideen erörtern und anwenden; die grundlegenden Rahmenbedingungen und Schwierigkeiten innerhalb des Gründungsprozesses diskutieren und diesen zielorientiert entgegentreten; die (möglichen) Probleme zwischen Invention und Innovation erörtern; die wesentlichen Schritte erläutern, die erforderlich sind, um innovative Produkt-, Prozess- und Dienstleistungsideen zu vermarkten. • den Ablauf einer empirischen Studie in allen Phasen darlegen; die Bedeutung von Unternehmensgründungen einschließlich deren (Miss-) Erfolgsfaktoren erläutern; den Gründungsprozess mit seinen Phasen, Gründungsambitionstypen und Unternehmertypen erörtern; • die wichtigsten Ressourcen und grundlegenden Einflussfaktoren im Rahmen des Gründungsprozesses beschreiben; die beruflichen Selbständigkeit bzw. die Gründung einer wirtschaftlichen Einheit als Chance begreifen, so dass sie dieser Erwerbsalternative aufgeschlossen gegenüberstehen und die bedarfsgerechte Ausgestaltung von Gründungs-Förderprogrammen formulieren können. • erfolgreiche Praxisfälle schildern, sind selber für eine Gründung sensibilisiert und stehen einer selbständigen beruflichen Erwerbstätigkeit gegenüber unvoreingenommener und offener gegenüber; die Ideen und die darauf basierenden Geschäftsmodelle erfolgreicher Gründungen darlegen; • die Persönlichkeitsmerkmale erfolgreicher Gründer/-innen diskutieren; darlegen wie sich der Gründungsprozess am Beispiel erfolgreicher Unternehmen vollzogen hat; (mögliche) Unterschiede zwischen nationalen und internationalen erfolgreichen Praxisfällen diskutieren.	
Lehrformen/Lernmethode:	Fernstudium (sog. Lehrbriefe) sowie empfohlene Präsenztage (PT) und multimediale Möglichkeiten der Dozentensprechstunde (Telefon, Email, Chat etc.). Die Präsenztage verwenden insbes. aktivierende Lehr- und Lernformen, z.B. Einzel- und Gruppenarbeit mit Präsentation und Diskussion, Übungen, seminaristischer Vortrag, kleinere Fallbeispiele und größere Fallstudien.	
Eingangsvoraus.::	Es müssen mindestens 120 ECTS erreicht sein.	
Anmeldeformalitäten:	• Anmeldung zur Präsenz erfolgt über die Lernplattform OLAT • Anmeldung zur Klausur erfolgt über die Online Plattform QIS	

Sonstiges:	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten • Bestandene Klausuren Anrechnungsmöglichkeiten aus der beruflichen Praxis • fhinfo.fh- kl.de/data/sv/FernStg_BW_Modulspezifische_Anerkennungen.pdf Der Klausurumfang wird entsprechend reduziert.
Prüfungsart:	Prüfungsleistung
Prüfungsform::	Klausur (90 Min)
Gesamtprüfungsanteil:	7,18 %
zugehörige Veranstaltungen:	6. Semester - Praxis der Unternehmensgründung
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. jur. Rolf Pohl Prof. Dr. Heinrich Wickum

Veranstaltung Praxis der Unternehmensgründung (UNT 1)

Veranstaltungsnr.: UNT 1	Semester: 6	Umfang: 14 ECTS CP
Kurzzeichen: UNT 1		Häufigkeit:

Inhalt:	Privat- und Öffentlich-rechtliche Rahmenbedingungen der Unternehmensgründung 1 Geschäftsidee 1.1 Rechtliche Restriktionen (gesetzliche Verbote; Schutzrechtsverletzungen, Nachahmung, ...) 1.2 Schutz der Geschäftsidee nach geltendem Recht (UrhRG, PatG, ...) 1.3 Verschwiegenheitsvereinbarungen / non disclosure agreement; Abschluss, Inhalt, Gestaltungsmöglichkeiten, Grenzen 2 Management- und Gründerteam 2.1 Gewerbeanmeldung bzw. -zulassung 2.2 Qualifikation 2.3 Gewerbeüberwachung, Gewerbeuntersagung, Auflagen 3 Marketing / Vertrieb 3.1 Grenzen zulässiger Werbung; insb. UWG 3.2 Kartellrechtliche Fragen 3.3 Moderne Vertriebswege (e-commerce, Fernabsatz, etc.) 4 Standort 4.1 Öffentlich-rechtliche Restriktionen 4.2 Gewerberaummieta / Pacht 4.3 Anforderungen an Arbeits- bzw. Betriebsstätten 5 Unternehmensform 5.1 Firmenname / Domainname 5.2 Rechtsform und Gesellschaftsstruktur 5.3 Geschäftsübernahme bzw. -nachfolge / Beteiligung 5.4 Sonstige Kooperationen (insb. Arbeitsgemeinschaften, Franchising) 5.5 Besonderheiten bei Freiberuflern 6 Finanzplanung und Risikobewertung (ausgewählte Aspekte) 6.1 Rechtliche Besonderheiten der Gründungsfinanzierung (incl. Leasing) 6.2 Versicherungen des Unternehmens 7 Steuern im Gründungsstadium (Überblick) 8 Behörden, Kammern und Verbände 8.1 (Pflicht-) Mitgliedschaften 8.2 Gewerbeaufsicht und Gewerbeüberwachung 8.3 Staatliche Wirtschaftsförderung Geschäftsmodelle 1 Value Proposition 2 Architektur der Wertschöpfung 3 Ertragsmechanik 4 Typologie von Geschäftsmodellen 5 Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen 6 Monte-Carlo Simulation von Geschäftsmodellen Gründungsfinanzierung 1 Gründungsformen und Finanzierungsmodelle 2 Kapitalbedarfsplanung und Liquiditätsplanung 3 Finanzierungskonzepte 4 Finanzierungsinstrumente 5 Öffentliche Fördermaßnahmen
Hinweise zu Literatur/Studienbehelfe:	Die Literaturhinweise zum Selbststudium finden sich in den jeweiligen Lerneinheiten. Allgemein sind zu nennen: Nachstehend genannte Literatur ist nicht in der Materialbezugsgebühr enthalten: Brettel, Malte/ Rudolf, Markus/ Witt, Peter, Finanzierung von Wachstumsunternehmen, Gabler Verlag, 1. Auflage, 2005. Heussen, Benno/ Korf, Ralp E./ Schröder, Georg/ Weber, Theo, Unternehmerhandbuch, Beck Juristischer Verlag, 1. Auflage, München 2005. Stähler, Patrick, Geschäftsmodelle in der digitalen Ökonomie, Eul Verlag, 2. Auflage, Köln - Lohmar 2002.
Lehrsprache:	Deutsch

Sonstiges:	In UNT 1 und UNT 2 müssen jeweils in der Summe mindestens 45 Punkte von 90 Punkten erzielt werden, um das Modul UNT zu bestehen. Voraussetzung an der Teilnahme der Klausur in UNT 2 (Gründungsmanagement) ist die bestandene Klausur (90 Minuten) aus dem Modulbaustein UNT 1 (Praxis der Unternehmensgründung) am Ende des 6. Semesters.
max. Teilnehmerzahl:	40
Verantwortlich:	Dipl. Betriebswirt (FH), M.A. Holger Grünhagen Prof. Dr. jur. Rolf Pohl Prof. Dr. Heinrich Wickum

7. Semester Banking and Insurance II (BI II)

Modulnummer: BI II	Semester: 7	Umfang: 14 ECTS CP, 2 SWS
Kurzzeichen: BI II	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit:
Modulgruppe:	Schwerpunktfächer	
Kompetenzen/Lernziele:	Sie lernen • die wesentlichen Begriffe des Bankenwesens richtig zu verwenden; • die Rahmenbedingungen des deutschen und europäischen Bankensystems kennen; • die verschiedenen Bankengruppen zu differenzieren; • die regulatorischen Vorgaben durch die Bankenaufsicht zu verstehen. • Bilanz und GuV einer Bank zu verstehen; • die zentralen Begriffe Risiko und Versicherung sachgerecht zu verwenden; • die Gegebenheiten in der Versicherungswirtschaft vor dem Hintergrund einer langjährigen historischen Entwicklung zu verstehen und fundiert zu beurteilen; • die rechtlichen, versicherungstechnischen und steuerlichen Grundlagen des Versicherungsvertrages kennen; • die für den Versicherungsbetrieb charakterisierenden wirtschaftlichen Funktionen und Prozesse, insbesondere bezüglich Produktion und Absatz, zu erkennen und • die wichtigsten Formen der Vertragsgestaltung in der Versicherungswirtschaft und deren Angebotsformen und Leistungsumfänge zu beurteilen; • Rückversicherung zu verstehen, anzuwenden und Verhandlungen mit Partnern zu führen. • Zusammenhänge im Bankbetrieb und Versicherungsbetrieb zu erkennen; • Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen (Volumen, Zins, Personal) zu analysieren; • eine Fülle von Datenmaterial im Bank- und Versicherungsunternehmen zielgerichtet zu analysieren und für ihre unternehmerischen Entscheidungen anzuwenden und diese nach innen und außen zu vertreten.	
Lehrformen/Lernmethode:	Ca. 50 % freies Unterrichtsgespräch und 50 % Vorlesung; für die Teile Planspiel je ca. 20 % freies Unterrichtsgespräch und 80% Planspiel in Kleingruppen	
Eingangsvoraus.::	Formal: Es müssen mindestens 120 ECTS erreicht sein.	
Anmeldeformalitäten:	• Anmeldung zur Präsenz erfolgt über die Lernplattform OLAT • Anmeldung zur Klausur erfolgt über die Online Plattform QIS	
Sonstiges:	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten • (a) Bestandene Klausuren • (b) Anerkannte Leistungen aus der (beruflichen) Praxis (10 ECTS) bzw. Alternativen Anrechnungsmöglichkeiten aus der beruflichen Praxis: • fhinfo.fh-kl.de/data/sv/FernStg_BW_Modulspezifische_Anerkennungen.pdf Andere Studierende erbringen nach Rücksprache mit den Dozenten vergleichbare Leistungen. Die in dem aktuellen Semester lehrenden Dozenten entscheiden nach Vorlage dokumentierter Unterlagen über die Anerkennung dieser Leistungen.	
Prüfungsart:	Prüfungsleistung	
Prüfungsform:::	Klausur (90 Min)	
Gesamtprüfungsanteil:	7,18 %	
zugehörige Veranstaltungen:	7. Semester - Insurance	
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Christian Armbruster Prof. Dr. Gunter Kürble	

Veranstaltung Insurance (BI 2)

Veranstaltungsnr.: BI 2	Semester: 7	Umfang: 14 ECTS CP
Kurzzeichen: BI 2		Häufigkeit:

Inhalt:	I. Grundlagen des Versicherungswesens * 1 Begriff des Risikos und Systematik der Versicherung 1.1 Begriff des Risikos 1.2 Ansätze zum Begriff Versicherung 1.3 Gliederung des Versicherungswesens 2 Geschichte und wirtschaftliche Funktionen der Versicherung 2.1 Historischer Überblick 2.2 Einzelwirtschaftliches Risikomanagement 2.3 Versicherung und Volkswirtschaft 2.4 Rechtliche Rahmenbedingungen 3 Grundlagen des Versicherungsvertrags 3.1 Rechtliche Grundlagen 3.2 Versicherungstechnische Grundlagen 3.3 Steuerliche Grundlagen II. Produktion und Absatz von Versicherungsschutz 1 Versicherungsmärkte 1.1 Charakteristika und Besonderheiten der Versicherungsmärkte 1.2 Nationale und internationale Versicherungsmärkte 1.3 Nachfrage nach Versicherungsschutz 1.4 Angebot an Versicherungsschutz 2 Produktion von Versicherungsschutz 2.1 Basiskonzepte der Betriebswirtschaftslehre und Versicherungsbetriebslehre 2.2 Elemente des Versicherungsgeschäfts 2.3 Produktionsfaktoren 2.4 Betriebswirtschaftliche Funktionen im Versicherungsbetrieb 2.5 Grundsachverhalte der Produktion von Versicherungsschutz 3 Absatz und Marketing im Versicherungsbetrieb 3.1 Grundlagen des Absatzes von Versicherungsprodukten 3.2 Absatzorgane und ihre Vergütung 3.3 Marketingkonzepte im Versicherungsbetrieb 3.4 Geschäftspolitik III. Produkte der privaten Versicherungswirtschaft * 1 Angebotsformen und Leistungsumfang der Lebensversicherung 1.1 Klassische kapitalbildende Lebens- und Rentenversicherung 1.2 Fondsgebundene Lebens- und Rentenversicherung 1.3 Risikolebensversicherung 1.4 Berufsunfähigkeitsversicherung 1.5 Zusatzversicherungen 1.6 Betriebliche Altersversorgung 2 Private Krankenversicherung 2.1 Abgrenzung von der gesetzlichen Krankenversicherung 2.2 Versicherungsarten 3 Private Pflegeversicherung 3.1 Abgrenzung von der sozialen Pflegeversicherung 3.2 Versicherungsarten 4 Private Unfallversicherung 4.1 Abgrenzung von der gesetzlichen Unfallversicherung 4.2 Versicherungsarten 5 Haftpflichtversicherung 5.1 Rechtliche Grundlagen 5.2 Versicherte Risiken 5.3 Leistungsfall und Leistungen 5.4 Besonderheiten 6 Verbundene Hausrat- und Wohngebäudeversicherung 6.1 Versicherte Risiken 6.2 Leistungsfall und Leistungen 7 Rechtsschutzversicherung 7.1 Gegenstand 7.2 Leistungen 7.3 Besonderheiten 8 Kraftfahrtversicherung
---------	--

	8.1 Grundlagen 8.2 Tarife 8.3 Versicherungsarten Planspiel: Unternehmensplanspiel für Privatversicherungen Das Planspiel gliedert sich in zwei Teile: •Die Teilnehmer werden mithilfe einer Lerneinheit auf das Planspiel vorbereitet. Schwerpunkt ist die Funktionsweise der Rückversicherungsverträge; •Dann erfolgt nach der Zusammenstellung von Teams das eigentliche Planspiel über mehrere Geschäftsperioden. Die Teams fungieren als Vorstand eines Versicherungsunternehmens und treffen in gemeinsamer Verantwortung unternehmerische Entscheidungen, insbesondere in den Bereichen Absatzpolitik, Kapitalanlage, Organisation (Verwaltung) und Rückversicherung. Die Konsequenzen (nach der Simulation eines fiktiven Geschäftsjahrs) sind weiter zu bearbeiten. Die Teams verhandeln miteinander über aktive und passive Rückversicherung.
Hinweise zu Literatur/Studienbehelfe:	Die Studierenden erhalten nach Zahlung von 65,00 Euro für das Modul Mathematik folgendes Lehrmaterial zugesendet: Basisliteratur stellen die vier Lerneinheiten dar: 1. Grundlagen des Versicherungswesens 2. Produktion und Absatz von Versicherungsschutz 3. Produkte der privaten Versicherungswirtschaft 4. Unternehmensplanspiel für Privatversicherungen Nachstehend genannte Literatur ist nicht in der Materialbezugsgebühr enthalten: Farny, D.: Versicherungsbetriebslehre, 4. Auflage, Karlsruhe 2006. Hart, D.G., R.A. Buchanan, B.A. Howe: Actuarial Practice of General Insurance; Institute of Actuaries of Australia, 6th edition, Sydney 2003. Hujber, T.: Sind Versicherungsleistungen Dienstleistungen oder ökonomische Chancen? Ein Beitrag zur Klärung des wissenschaftlichen Diskurses anhand der Charakteristika von Versicherung, in: Albrecht, P., T. Hartung (Hrsg.), Liber discipulorum für Elmar Helfen zum 65. Geburtstag, Karlsruhe, 2005, S. 221 –246. Individualversicherung –Versicherungslehre 1 und 2, Hrsg.: BWV, 3. Auflage, Karlsruhe 1998 (ohne Verfasser). Rosenbaum, M.; F. Wagner: Versicherungsbetriebslehre; 3. Auflage, Karlsruhe 2006. Schröter, K.J.: Heitere Versicherungslehre, Karlsruhe, 2008. Schulenburg, J. M. Graf von der: Versicherungsökonomie, Karlsruhe 2005. Vorstandsbriefing“, Spielhandbuch der RIVA GmbH. Williams, A., M. Smith, P. Young: Risk Management and Insurance; 8th ed. , McGraw-Hill 1998. Zweifel, P., R. Eisen: Versicherungsökonomie, 2. Auflage, Berlin Heidelberg New York 2003.
Lehrsprache:	Deutsch
Sonstiges:	In BI 1 und BI 2 müssen jeweils in der Summe mindestens 45 Punkte von 90 Punkten erzielt werden, um das Modul BI zu bestehen.
max. Teilnehmerzahl:	40
Details zum Arbeitsaufwand:	Gesamt: 420 Std. Kontaktzeit: 24 Std. Selbststudium: 196 Std.
Verantwortlich:	Prof. Dr. Christian Armbruster Prof. Dr. Gunter Kürble Prof. Dr. Klaus J. Schröter

7. Semester Energie- und Umweltmanagement II (EUM II)

Modulnummer: EUM II	Semester: 7	Umfang: 14 ECTS CP, 2 SWS
Kurzzeichen: EUM II	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit:
Modulgruppe:	Schwerpunktfächer	
Kompetenzen/Lernziele:	Sie lernen: • welchen makroökonomischen Stellenwert der Energie- und Umweltsektor in Deutschland • aktuell innehält und in Zukunft einnehmen wird; • welche strukturellen Besonderheiten der Energiemarkt aufweist und wie die einzelnen • Unternehmen (Anbieter) darauf reagieren; • wie Energieverbraucher und Energieerzeuger zukünftig agieren und welchen Einfluss dieser Wandel auf Klima und Umwelt hat; • wie die Veränderung der rechtlichen Rahmenbedingungen die Entwicklung der Energiebranche in Deutschland und Europa beeinflussen.	
Lehrformen/Lernmethode:	Lehrgespräch	
Eingangsvoraus.::	Formal: Es müssen mindestens 120 ECTS erreicht sein.	
Anmeldeformalitäten:	• Anmeldung zur Präsenz erfolgt über die Lernplattform OLAT • Anmeldung zur Klausur erfolgt über die Online Plattform QIS	
Sonstiges:	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten • (a) Bestandene Klausuren • (b) Anerkannte Leistungen aus der (beruflichen) Praxis (je 5 ECTS pro Semester; d. h. 10 ECTS) Anrechnungsmöglichkeiten aus der beruflichen Praxis • fhinfo.fh-kl.de/data/sv/FernStg_BW_Modulspezifische_Anerkennungen.pdf Andere Studierende erbringen nach Rücksprache mit den Dozenten vergleichbare Leistungen. Die in dem aktuellen Semester lehrenden Dozenten entscheiden nach Vorlage dokumentierter Unterlagen über die Anerkennung dieser Leistungen.	
Prüfungsart:	Prüfungsleistung	
Prüfungsform:::	Klausur (90 Min)	
Gesamtprüfungsanteil:	7,18 %	
zugehörige Veranstaltungen:	7. Semester - Automatic Meter Reading und Smart Grid 7. Semester - Deutsches und Europäisches Energierecht	
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Christian Aichele Prof. Dr. Marc Piazzolo	

Veranstaltung Automatic Meter Reading und Smart Grid (EUM 3)

Veranstaltungsnr.: EUM 3	Semester: 7	Umfang: 7 ECTS CP
Kurzzeichen: EUM3		Häufigkeit:

Inhalt:	1 Energie und Umwelt 1.1 Die Vision 1.2 Von der Ablesung zur Abrechnung 1.3 Mechanische Zähler 1.4 Digitale Zähler 1.5 Klima und Umweltaspekte 2 Die technologischen Grundlagen 2.1 Automatic Meter Reading 2.2 Automatic Meter Management 2.3 Automatic Meter Infrastructure 2.4 Smart Grid 3 Smart Home Solutions 3.1 Vom Energieverbraucher zum Energieerzeuger 3.2 Intelligente Haushaltsgeräte 3.3 Die Integration von Smart Mobile Technologien 3.4 Energy Cockpits und Energieportale 4 Smart Grids 4.1 Der Einsatz regenerativer Energie 4.2 Virtuelle Kraftwerke 4.3 Management der Smart Grids 4.4 Zu lösende Problem- und Aufgabenstellungen 5 Klima und Umwelt 5.1 Die Mikro- und die Makrosicht 5.2 Emissionen und Immissionen 5.3 Lösungsansätze
Lehrsprache:	Deutsch
Sonstiges:	In EUM 1 und EUM 2 müssen jeweils in der Summe mindestens 45 Punkte von 90 Punkten erzielt werden, um das Modul EUM zu bestehen.
max. Teilnehmerzahl:	40
Details zum Arbeitsaufwand:	Gesamt: 210 Std. Kontaktzeit: 12 Std. Selbststudium: 198 Std.
Verantwortlich:	Prof. Dr. Christian Aichele Prof. Dr. Marc Piazzolo

Veranstaltung Deutsches und Europäisches Energierecht (EUM 4)

Veranstaltungsnr.: EUM 4	Semester: 7	Umfang: 7 ECTS CP
Kurzzeichen: EUM4		Häufigkeit:

Inhalt:	1 Das deutsche Energiewirtschaftsgesetz von 1935 2 Europäische Entwicklungstendenzen Ende des 20. Jahrhunderts 2.1 Binnenmarktrichtlinie für Elektrizität aus dem Jahre 1996 2.2 Binnenmarktrichtlinie für Gas aus dem Jahre 1998 3 Die deutsche Energierechtsnovelle von 1998 und 2003 4 Europäische Entwicklungen Anfang des 21. Jahrhunderts 4.1 Beschleunigungsrichtlinie für Elektrizität aus dem Jahre 2003 4.2 Beschleunigungsrichtlinie für Gas aus dem Jahr 2003 5 Das 2. Gesetz zur Neuregelung des Energiewirtschaftsrechts aus dem Jahre 2005 5.1 Entflechtung 5.2 Regulierung des Netzbetriebs 5.3 Energielieferung an Endverbraucher 5.4 Behörden und behördliches Verfahren 5.5 Gerichtliches Verfahren 6 Vorschläge der Kommission für ein 3. Richtlinienpaket, aktueller Stand 2009 7 Sonderthemen 7.1 Kartellrechtliche Kontrolle von Energiepreisen 7.2 Zivilrechtliche Billigkeitskontrolle von Energiepreisen nach §315 BGB 7.3 Vereinbarkeit von Preisänderungsklauseln mit §307 BGB
Hinweise zu Literatur/Studienbehelfe:	Nachstehend genannte Literatur ist nicht in der Materialbezugsgebühr enthalten: Gesetzestexte - Basistexte zum Europäischen Energierecht, Jürgen Baur/ Kai Uwe Pritzsche/ Christopher Bremme, Peter Lang Verlag, 2007 - Energierecht, Nill-Theobald, Beck-Verlag, 3. Auflage 2008 - 3. Energiebinnenmarktpaket unter: http://www.fiw-online.de/de/aktuelles/2008/ep-und-ministerrat-haben-kompromiss-zum-dritten-energiebinnenmarktpaket-verabschiedet Für die zwei Lerneinheiten sind u.a. folgende Quellen vorgesehen: Kommentare - Energiewirtschaftsgesetz, Uni.- Prof. Dr. jur. Dr. rer.pol. Peter Salje, Carl Hey-manns Verlag, 2006 - Energierecht, Wolfgang Danner / Christina Theobald, Stand 2008 Lehrbücher - Energierecht, Rechtsanwalt Dr. Ulrich Büdenbender, Technischer Verlag Resch, 1982. - Grundzüge des Energiewirtschaftsrechts, Nill-Theobald, Christiane, Verlag C.H. Beck, 2. Auflage, 2008. - Recht der Energiewirtschaft, Schneider, Theobald, Verlag C.H. Beck, 2. Auflage, 2008. Fachaufsätze - Zur Kontrolle von Strom- und Gaspreiserhöhungen nach §307 und §315, Kurt Markert in ZNER, 12/1088, S. 44 ff - Die Preishöhenkontrolle der Strom- und Gaspreise nach dem neuen §29 GWB, Kurt Markert in ZNER, 11/4/2007, S. 365 ff - Verschärfte Regulierung der Strom- und Gasmärkte in der EU –Vorschläge der Kommission für ein 3. Richtlinienpaket, Stefanie Neveling in ZNER 11/4/2007, S. 378 ff - Die von der Kommission geplanten Kompetenzerweiterungen der Regulierungsbehörde auf dem Energiesektor nach den Entwürfen zur Änderung der Richtlinien 2003/54/EG und 2003/55/EG und deren Vereinbarkeit mit Art. 3m Abs. 1 lit. g) EG-Vertrag, Ulrich Ehrlicke in RdE 6/2008, S. 159 ff
Lehrsprache:	Deutsch
Sonstiges:	In EUM 1 und EUM 2 müssen jeweils in der Summe mindestens 45 Punkte von 90 Punkten erzielt werden, um das Modul EUM zu bestehen.

max. Teilnehmerzahl:	40
Details zum Arbeitsaufwand:	Gesamt: 210 Std. Kontaktzeit: 12 Std. Selbststudium: 198 Std.
Verantwortlich:	Prof. Dr. Christian Aichele Prof. Dr. Marc Piazzolo

7. Semester Sport- und Eventmanagement II (SEM II)

Modulnummer: SEM II	Semester: 7	Umfang: 14 ECTS CP, 2 SWS
Kurzzeichen: SEM II	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit:
Modulgruppe:	Schwerpunktfächer	
Kompetenzen/Lernziele:	Sie lernen • welchen volkswirtschaftlichen Stellenwert der Sportsektor in Deutschland innehält und in wie weit ökonomische Prinzipien auf den Sportbereich anwendbar sind; • mit welchen Konsequenzen der Staat in den Sportmarkt eingreift und welche Bedeutung das Vereinswesen in Deutschland einnimmt; • Grundlagen der Markt- und Medienforschung kennen; • die nationalen und internationalen Aspekte des Sport- und Eventmanagements zu verstehen und Sie erhalten einen Überblick über die Besonderheiten des internationalen Marketings; • die Entwicklungen der Kommerzialisierung des Sports aufzuzeigen und die Vor- und Nachteile verschiedener Finanzierungsformen abzuwägen; • Alternativen der (Re-)Finanzierung von Sport-Events darzulegen (Fernsehgelder, Eintrittskarten, Sponsoring etc.); • das Sponsoring im Marketing-Mix einzuordnen sowie die verschiedenen Formen des Sponsorings zu erläutern; • Fallbeispiele aus der Praxis zum Sponsoring, insbesondere Sport-Sponsoring, zu präsentieren; • Ursachen, Ziele, Gefahren und Wirkungen des Ambush Marketings zu erörtern; • die Organisation und Rahmenbedingungen von Events im Allgemeinen und der Fifa Fußball-WM 2006™ darzulegen; • die marketingmäßigen Gesichtspunkte eines (Groß-)Events zu überblicken; • die Vor- und Nachteile von netzwerk- und dienstleistungsorientierten Logistikmanagements zu erläutern; • Konzepte der Zuschauer- und Verkehrslenkung zu erstellen; • die Hauptfunktionen des operativen logistischen Managements von Sport-events aufzuzeigen.	
Lehrformen/Lernmethode:	Lehrgespräch angereichert mit aktivierenden Lernformen (z.B. Gruppenarbeit mit Diskussionen, Übungen, seminaristischer Vortrag, Fallbeispiele)	
Eingangsvoraussetzungen:	Formal: Es müssen mindestens 120 ECTS erreicht sein.	
Anmeldeformalitäten:	• Anmeldung zur Präsenz erfolgt über die Lernplattform OLAT • Anmeldung zur Klausur erfolgt über die Online Plattform QIS	
Sonstiges:	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten • (a) Bestandene Klausuren • (b) Anerkannte Leistungen aus der (beruflichen) Praxis (je 5 ECTS pro Semester; d. h. 10 ECTS) Anrechnungsmöglichkeiten aus der beruflichen Praxis: • fhinfo.fh-kl.de/data/sv/FernStg_BW_Modulspezifische_Anerkennungen.pdf Andere Studierende erbringen nach Rücksprache mit den Dozenten vergleichbare Leistungen. Die in dem aktuellen Semester lehrenden Dozenten entscheiden nach Vorlage dokumentierter Unterlagen über die Anerkennung dieser Leistungen.	
Prüfungsart:	Prüfungsleistung	
Prüfungsform:	Klausur (90 Min)	
Gesamtprüfungsanteil:	7,18 %	
zugehörige Veranstaltungen:	7. Semester - Spezielles Marketing: Sponsoring, Testimonials und Ambush-Marketing 7. Semester - Eventmanagement 7. Semester - Eventlogistik	

Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Christine Arend-Fuchs Prof. Dr. Marc Piazzolo Prof. Dr. Bettina Reuter Prof. Dr. Walter Ruda
----------------------	---

Veranstaltung Spezielles Marketing: Sponsoring, Testimonials und Ambush-Marketing (SEM 4)

Veranstaltungsnr.: SEM 4	Semester: 7	Umfang: 8 ECTS CP
Kurzzeichen: SEM 4		Häufigkeit:
Inhalt:	Sponsoring 1 Grundlagen des Sponsorings 1.1 Einordnung des Sponsorings in den Marketing-Mix 1.2 Funktionen des Sponsorings 1.3 Vor- und Nachteile des Sponsorings 2 Arten des Sponsorings 2.1 Kultur-Sponsoring 2.2 Medien-Sponsoring 2.3 Sozial-Sponsoring 2.4 Öko-Sponsoring 2.5 Wissenschafts-Sponsoring 2.6 Sport-Sponsoring 3 Sport-Sponsoring 3.1 Sponsorings bei (Groß-)Events am Beispiel der Fifa Fußball-WMTM 3.2 Vor- und Nachteile im Sport-Sponsoring 3.3 Sportsponsoring als Kommunikations- und Finanzierungsinstrument 3.4 Sponsoring-Strategien 3.5 Gefahren beim Sponsoring 4 Sponsoring-Fallstudie Testimonials und Ambush-Marketing 1 Ausgewählte Kommunikationsinstrumente 1.1 Grundlagen zur Testimonial-Werbung 1.2 Grundlagen zum Ambush Marketing 2 Testimonials in der Sport-Werbung 2.1 Werbewirkungseffekte beim Einsatz von Testimonials 2.2 Relevante Auswahlkriterien bei der Wahl von Testimonials 2.3 Chancen und Risiken bei der Testimonial-Werbung 2.4 Stärken und Schwächen bei der Testimonial-Werbung 2.5 Wirkungsmodelle der Testimonial-Werbung 2.6 Ausgewählte Beispiele Prominenter in der Werbung 3 Ambush Marketing bei großen Events 3.1 Strategien des Ambush Marketings 3.2 Ausprägungsformen von Ambush-Marketing-Aktivitäten 3.3 Gefahren und Wirkungen des Ambush-Marketings 3.4 Markenrechtliche Grundlagen 3.5 Gegenmaßnahmen von Sponsoren und Veranstaltern 4 Fallstudien 4.1 Beispiele für Testimonials in der Werbung 4.2 Ambush Marketing-Aktionen	
Lehrsprache:	Deutsch	
Sonstiges:	In SEM 1 und SEM 2 müssen jeweils in der Summe mindestens 45 Punkte von 90 Punkten erzielt werden, um das Modul SEM zu bestehen. Voraussetzung an der Teilnahme der 2. Klausur ist die bestandene Seminararbeit in Modulbaustein SEM 4.	
max. Teilnehmerzahl:	40	
Verantwortlich:	Prof. Dr. Walter Ruda	

Veranstaltung Eventmanagement (SEM 5)

Veranstaltungsnr.: SEM 5	Semester: 7	Umfang: 3 ECTS CP
Kurzzeichen: SEM 5		Häufigkeit:
Inhalt:	1 Komplexität eines (Groß-) Events 1.1 Beispiel FIFA Fußball-WM 2006™ 1.2 Rahmenbedingungen 2 Strategische Planung des Ablaufs 2.1 Organisatorische Einrichtungen 2.2 Aufgaben und Anforderungen 2.3 Personenkreis 2.4 Ressourcenplanung 2.5 Systematische Vorgehensweise/Projektzeitplan 3 Organisatorische Vorbereitungen am Beispiel der FIFA-Fußball-WM 4 Finanzierung von Großprojekten und Wachstumsimpulse 4.1 Einnahmequellen 4.2 Abschätzung der Ausgaben 4.3 Beispiel FIFA Fußball-WM (TV- und Eintrittsgelder, Sponsoring) 4.4 Wachstumsimpulse 5 Eventmanagement - Fallstudien 5.1 FIFA Fußball-WM 2010™ in Südafrika 5.2 FIFA Frauen-Fußball-WM 2011™ in Deutschland	
Hinweise zu Literatur/Studienbehelfe:	Die Studierenden erhalten nach Zahlung von 65,00 Euro für das Modul SEM 5 folgendes Lehrmaterial zugesendet: Basisliteratur stellt eine Lerneinheit dar. Hierfür sind in Ergänzung zu M 19B.4 folgende Quellen vorgesehen: Nachstehend genannte Literatur ist nicht in der Materialbezugsgebühr enthalten: Boy, J., Dudek, Ch., Kuschel, S.: Projektmanagement: Grundlagen, Methoden und Techniken, Zusammenhänge, 9. Auflage, Offenbach 2001. Litke, H.-D.: Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen, 2. Auflage, München, Wien 1995. Lorenz, O., Etter, Ch., Fricke, M., Kurscheidt, M.: Investitions- und Innovationspotenziale durch die FIFA FUSSBALL-WM 2006™. Eine differenzierte Analyse der ökonomischen Potenziale und Entwicklungschancen im Zusammenhang mit der FIFA FUSSBALL-WM 2006™ in Deutschland, in: Wegweiser GmbH (Hrsg.): Investitionen und Innovationen Deutschland 2006, Leipzig 2004, S. 29-63. o.V.: Viermal die rote Karte, in: Stiftung Warentest, Nr. 2 vom Februar 2006, S. 78-84. Pfetzing, K., Rohde, A.: Ganzheitliches Projektmanagement, Zürich 2001. Voeth, M.: Ticket-Pricing bei der WM 2006 - eine Akzeptanzanalyse -, in: Wegweiser GmbH (Hrsg.): Investitionen und Innovationen Deutschland 2006, Leipzig 2004, S. 98-100. von Lovallo, D., Kahneman, D.: Warum zuviel Optimismus schadet - Projektmanagement, in: Harvard Business Manager, H. 10, 2003, S. 46 -58.	
Lehrsprache:	Deutsch	
Sonstiges:	In SEM 1 und SEM 2 müssen jeweils in der Summe mindestens 45 Punkte von 90 Punkten erzielt werden, um das Modul SEM zu bestehen. Voraussetzung an der Teilnahme der 2. Klausur ist die bestandene Seminararbeit in Modulbaustein SEM 4.	
max. Teilnehmerzahl:	40	
Verantwortlich:	Prof. Dr. Walter Ruda	

Veranstaltung Eventlogistik (SEM 6)

Veranstaltungsnr.: SEM 6	Semester: 7	Umfang: 3 ECTS CP
Kurzzeichen: SEM 6		Häufigkeit:

Inhalt:	1 Ansätze eines logistikorientierten Managements von Events 2 Netz- und dienstleistungsorientiertes Logistikmanagement von Events 3 Eventlogistik in der aktuellen Praxis
Hinweise zu Literatur/Studienbehelfe:	Basisliteratur stellt eine Lerneinheit dar. Hierfür sind folgende Quellen vorgesehen: Nachstehend genannte Literatur ist nicht in der Materialbezugsgebühr enthalten: Berner, T.; u.a.: Verkehrsmanagement von internationalen Sportevents - FIFA WM 2006 und UEFA EURO 2008: 1. Europaforum der DVWG und der ÖVG - 2008 in Salzburg, Deutsche verkehrswissenschaftliche Gesellschaft, 2008. Bobel, T.: Logistikorientiertes Management von Events: Grundlagen und Handlungsempfehlungen für die Eventlogistik, in Haupt, 2008. Hebbel-Seeger, A.; Förster, J.: Eventmanagement und Marketing im Sport: Emotionale Erlebnisse und kommerzieller Erfolg, in Berlin 2008. Horch, H.-D.: Events im Sport: Marketing, Management, Finanzierung; Beiträge des 3. Deutschen Sportökonomiekongresses, Inst. für Sportökonomie u. Sportmanagement in Köln, 2004. Mehltretter, R.: Eventmanagement im Sport: Planung, Durchführung, Kontrolle, VDM Verlag, 2006. Schwak, J.: Sporttourismus und Großveranstaltungen –Praxisbeispiele, 2005.
Lehrsprache:	Deutsch
Sonstiges:	In SEM 1 und SEM 2 müssen jeweils in der Summe mindestens 45 Punkte von 90 Punkten erzielt werden, um das Modul SEM zu bestehen. Voraussetzung an der Teilnahme der 2. Klausur ist die bestandene Seminararbeit in Modulbaustein SEM 4.
max. Teilnehmerzahl:	40
Verantwortlich:	Prof. Dr. Bettina Reuter

7. Semester Unternehmensgründung und Unternehmertum II (UNT II)

Modulnummer: UNT II	Semester: 7	Umfang: 14 ECTS CP, 2 SWS
Kurzzeichen: UNT II	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit:
Modulgruppe:	Schwerpunktfächer	
Kompetenzen/Lernziele:	Die Studierenden sollen/lernen/können • die privat- und öffentlich-rechtlichen Rahmenbedingungen einer Unternehmensgründung kennen und diese bei der Erstellung des Businessplans berücksichtigen und wissen, welche rechtlichen Restriktionen es bei der Ausarbeitung der Geschäftsidee gibt und wie sich die Geschäftsidee schützen lässt, • die wichtigsten Gründungsformen und deren Vor- und Nachteile differenzieren können und wissen, welche Rolle Behörden, Kammern und Verbände beim Gründungsprozess zukommt, um insbesondere auch die Möglichkeiten staatlicher Wirtschaftsförderung (Economic Incentives) sinnvoll nutzen zu können, • erklären, aus welchen grundsätzlichen Elementen ein Geschäftsmodell besteht; und verschiedene Typen von Geschäftsmodellen differenzieren und deren Erfolgsfaktoren darstellen; einfache Geschäftsmodelle basierend auf einer Ausgangsidee selbständig entwickeln und simulieren (bspw. in Microsoft Excel), wie sich ein Geschäftsmodell bei unterschiedlichen Marktsituationen verhält. • den Finanzierungsbedarf für ein Geschäftsmodell abschätzen; verschiedene Finanzierungskonzepte entwickeln und für ein konkretes Geschäftsmodell optimieren und praxisrelevante Finanzierungsinstrumente und ihre konkrete Ausgestaltung kennen. • Techniken zur Generierung von Geschäftsideen erörtern und anwenden; die grundlegenden Rahmenbedingungen und Schwierigkeiten innerhalb des Gründungsprozesses diskutieren und diesen zielorientiert entgegentreten; die (möglichen) Probleme zwischen Invention und Innovation erörtern; die wesentlichen Schritte erläutern, die erforderlich sind, um innovative Produkt-, Prozess- und Dienstleistungsideen zu vermarkten. • den Ablauf einer empirischen Studie in allen Phasen darlegen; die Bedeutung von Unternehmensgründungen einschließlich deren (Miss-) Erfolgsfaktoren erläutern; den Gründungsprozess mit seinen Phasen, Gründungsambitionstypen und Unternehmertypen erörtern; • die wichtigsten Ressourcen und grundlegenden Einflussfaktoren im Rahmen des Gründungsprozesses beschreiben; die beruflichen Selbständigkeit bzw. die Gründung einer wirtschaftlichen Einheit als Chance begreifen, so dass sie dieser Erwerbsalternative aufgeschlossen gegenüberstehen und die bedarfsgerechte Ausgestaltung von Gründungs-Förderprogrammen formulieren können. • erfolgreiche Praxisfälle schildern, sind selber für eine Gründung sensibilisiert und stehen einer selbständigen beruflichen Erwerbstätigkeit gegenüber unvoreingenommener und offener gegenüber; die Ideen und die darauf basierenden Geschäftsmodelle erfolgreicher Gründungen darlegen;	
Lehrformen/Lernmethode:	Fernstudium (sog. Lehrbriefe) sowie empfohlene Präsenztage (PT) und multimediale Möglichkeiten der Dozentensprechstunde (Telefon, Email, Chat etc.). Die Präsenztage verwenden insbes. aktivierende Lehr- und Lernformen, z.B. Einzel- und Gruppenarbeit mit Präsentation und Diskussion, Übungen, seminaristischer Vortrag, kleinere Fallbeispiele und größere Fallstudien.	
Eingangsvoraussetzungen:	Formal: Es müssen mindestens 120 ECTS erreicht sein.	
Anmeldeformalitäten:	• Anmeldung zur Präsenz erfolgt über die Lernplattform OLAT • Anmeldung zur Klausur erfolgt über die Online Plattform QIS	
Sonstiges:	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten • Bestandene Klausuren Anrechnungsmöglichkeiten aus der beruflichen Praxis: • fhinfo.fh-kl.de/data/sv/FernStg_BW_Modulspezifische_Anerkennungen.pdf Der Klausurumfang wird entsprechend reduziert.	

Prüfungsart:	Prüfungsleistung
Prüfungsform::	Klausur (90 Min)
Gesamtprüfungsanteil:	7,18 %
zugehörige Veranstaltungen:	7. Semester - Gründungsmanagement
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. jur. Rolf Pohl Prof. Dr. Walter Ruda Prof. Dr. Heinrich Wickum

Veranstaltung Gründungsmanagement (UNT 2)

Veranstaltungsnr.: UNT 2	Semester: 7	Umfang: 14 ECTS CP
Kurzzeichen: UNT 2		Häufigkeit:
Inhalt:	Ideenmanagement, Inventionen und Innovationen 1. Grundlagen zu (innovativen) Gründungen 2. Grundlagen der Innovationsforschung 3. Gründe für die Aufgabe des Gründungsvorhabens 4. Einstiegshürden bei der Unternehmensgründung 5. Vorlaufphase –Am Anfang steht die Idee Existenzgründungen aus der Hochschule 1. Bedeutung von Gründungen und Entrepreneurship für die Wirtschaft 2. Vorgründungsprozess als Betrachtungsgegenstand 3. Gründungsneigungen und unternehmerische Merkmale von Studierenden in Deutschland 4. Gründungsneigungen und unternehmerische Merkmale von Studierenden in ausgewählten Ländern Case Studies: Erfolgreiche nationale und internationale Gründungen 1. Gründungen als Motor der Wirtschaft 2. Fallbeispiele erfolgreicher nationaler Gründungen in reifen Branchen 3. Fallbeispiele erfolgreicher internationaler Gründungen in reifen Branchen 4. Fallbeispiele erfolgreicher nationaler Gründungen in jungen Branchen 5. Fallbeispiele erfolgreicher internationaler Gründungen in reifen Branchen 6. Beispiele für Branchen mit Perspektiven für Unternehmensgründungen Business Plan 1. Grundlagen und Bestandteile eines Businessplans 2. Executive Summary 3. Geschäftsidee und Vision 4. Markt und Wettbewerb 5. Unternehmensplanung 6. Netzwerke zur Gründungsunterstützung	
Lehrsprache:	Deutsch	
Sonstiges:	In UNT 1 und UNT 2 müssen jeweils in der Summe mindestens 45 Punkte von 90 Punkten erzielt werden, um das Modul UNT zu bestehen. Voraussetzung an der Teilnahme der Klausur in UNT 2 (Gründungsmanagement) ist die bestandene Klausur (90 Minuten) aus dem Modulbaustein UNT 1 (Praxis der Unternehmensgründung) am Ende des 6. Semesters.	
max. Teilnehmerzahl:	40	
Verantwortlich:	Benjamin Danko, M.A. Prof. Dr. Walter Ruda	

Erläuterung zu den Fußnoten:

¹ <p>Die Schwerpunktfächer können erst ab dem Erreichen von 120 ECTS gewählt werden.</p> <p>Von diesen ist eines zu wählen: Jedes der Schwerpunktfächer umfasst einen Workload von 28 ECTS, der sich über zwei Semester erstreckt. Damit wird den Studierenden die Möglichkeit zur individuellen Anpassung der Studieninhalte an ihre berufliche Praxis oder angestrebten Bildungswunsch eröffnet, indem sie entweder ihre Kenntnisse im aktuellen Arbeitsfeld vertiefen oder Kenntnisse für ein neues Betätigungsfeld gewinnen.</p>