

Modulbezeichnung (eng.)	Consulting-Geschäftsmodelle und Kommunikation ()	
Semester	2	
ECTS-Punkte (Dauer)	6 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MaMC	
Prüfungsform und -dauer	Entwicklung und Ausgestaltung eines innovativen Geschäftsmodells für die Management- Beratung (in Gruppen)	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar mit Fallstudien, Planspielen und Analyseaufgaben	
Modulverantwortlicher	Breisig	
Qualifikationsziele	<p>Kompetenzziele Die Studenten und Studentinnen können Geschäftsmodelle der Beratung kritisch analysieren und ihre Zukunftsfähigkeit beurteilen. Sie sind in der Lage neue Geschäftsmodelle für die Management Beratung zu entwickeln und eine entsprechende Marktkommunikation aufzubauen. Können - instrumentelle und systemische Kompetenz - Sie können die Bedeutung und Logik von Geschäftsmodellen für die Beratung einschätzen und sie sind in der Lage Bedrohungen und Chancen für Geschäftsmodelle zu identifizieren. - Sie können die Ertragsmechanismen unterschiedlicher Geschäftsmodelle in der Management- Beratung beurteilen und GM-spezifische Risiken analysieren. - Sie sind in der Lage, mit Hilfe des 9-Felder-Canvas oder dem St. Galler Business-Navigator, eigenständig innovative Geschäftsmodelle für die Management-Beratung zu entwickeln. - Sie können die spezifische Marktkommunikation in der Management-Beratung einschätzen Wissen und Verstehen - Sie kennen die verschiedenen Geschäftsmodelle in der Management-Beratung und sie haben Beratungsunternehmen, die typische Repräsentanten der unterschiedlichen GM sind, kritisch analysiert. - Sie kennen die wichtigsten Instrumente für die Analyse und den Aufbau von Geschäftsmodellen und haben sie anhand von Fallstudien erkundet. - Sie haben sich mit aktuellen Risikofaktoren auseinandergesetzt (Digitalisierung der Beratung, Plattform-Ökonomie in der Beratung, Konzentration auf die Big 10 etc.) - Sie kennen die Methoden der Marktkommunikation in der Beratung und sie können Kommunikationsstrategien entwickeln - Sie haben sich intensiv mit neuen Formen der Marktkommunikation auseinandergesetzt (Social Media Strukturen etc.)</p>	
Lehrinhalte	<p>Inhalte - Logik und Struktur von Geschäftsmodellen - Abgrenzung Geschäftsmodell und Unternehmensstrategie - Landkarte der Geschäftsmodelle in der Beratung - Analyse konkreter Unternehmen – Eigene Recherchen und Fallstudien - Die unterschiedlichen Ansätze für die Beschreibung und Analyse von Geschäftsmodellen - Bauplan für neue Geschäftsmodelle - Instrumente der Marktkommunikation und Einschätzung, welche Instrumente für die Management-Beratung sinnvoll sind - Learning Journey Social Media</p>	
Literatur	<p>Literaturempfehlungen Gassmann, O. et al.: Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator Osterwalder, A. et al.: Business Model Innovation Mohe, M., Heinecke, H.J., Pfriem, R.: Consulting - Problemlösung als Geschäftsmodell, Theorie, Praxis, markt Schallmo, D.: Geschäftsmodell-Innovation: Grundlagen, bestehende Ansätze, methodisches Vorgehen und B2B Geschäftsmodelle Schallmo, D.: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen</p>	
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Breisig	Consulting-Geschäftsmodelle und Kommunikation	4