

# Corporate & Investment Banking – Kapitalmarktorientiertes Firmenkundengeschäft (W3BW\_BK305)

## Corporate & Investment Banking – Capital Market Oriented Corporate Banking

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_BK305	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Marcus Vögtle	Deutsch/Englisch

### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	180	ja

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	110	190	10

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

#### FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die grundlegenden finanziellen Bedürfnisse von mittelständischen und kapitalmarktorientierten Unternehmenskunden. Sie können die Kundenbeziehung zu diesen Unternehmen ausbauen und pflegen. Sie sind in der Lage, Problemstellungen der Kunden insbesondere im Finanzierungsbereich so zu analysieren und aufzuarbeiten, dass sie geeignete Lösungsvorschläge erstellen können. Sie gewinnen die für die Lösung relevanten internen und externen Informationen vom Firmenkunden sowie aus bankinternen und externen Quellen, führen die Analyse und ggf. Berechnung selbstständig durch und geben kritische Hinweise zur Belastbarkeit ihrer Ergebnisse.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Fragestellungen der Finanzierung und Finanzanalyse eine - für die spezielle Problemstellung des Unternehmenskunden - passende Lösung bzw. Methode auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methode einschätzen und sind in der Lage, Handlungsalternativen aufzuzeigen.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die selbständige Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien in Gruppen verbessern die Studierenden ihre personalen und sozialen Kompetenzen, insbesondere ihre Teamfähigkeit, Argumentation, Belastungsfähigkeit und Eigenverantwortlichkeit.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können Bedürfnisse von Unternehmenskunden erkennen und ansprechen. Sie können daraus entstehende Kundenbeziehungen aufbauen und pflegen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung und Firmenkundengeschäft	55	95

Einführung in das Corporate und Investment Banking (Markt, Aufgabenfelder, Produkte, Organisation) – Relationship Management (Kundensegmentierung, -gewinnung und -bindung, Controlling der Kundenbeziehung, Key Account Management) – Cash Management (Working Capital Management, Liquiditätsanalyse und -planung, Cash Pooling, Treasury Management)

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kapitalmarktfinanzierung und Rating	55	95
Kapitalmarktorientierte Finanzierung (Kapitalmärkte und Marktteilnehmer, Eigen- und Fremdkapitalaufnahme am Kapitalmarkt, Pricing, Börsengang, Aktienrückkauf, Umplatzierung von Anteilen, rechtliche Aspekte) – Rating und Rating Advisory (rechtliche Rahmenbedingungen, Bestimmungsfaktoren, Verfahren, Optimierungsansätze, Rating als Beratungsaufgabe)		

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR

- Achleitner, A.-K.: Handbuch Investment Banking, Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Achleitner, A.-K./Everling, O. (Hrsg.): Handbuch Ratingpraxis, Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Berk, J./DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft, Hallbergmoos: Pearson.
- Bernstorff, C.: Internationales Firmenkundengeschäft - Beratungs- und Vertriebsansätze, Produkte: Ein Leitfaden für Mitarbeiter von Banken und Sparkassen im Firmenkunden- und Auslandsgeschäft, Bremen: Nordwest International Servicegesellschaft.
- Bodemer, S./Disch, R.: Corporate Treasury Management: Organisation, Governance, Cash- & Liquiditätsrisikomanagement, Zins- und Währungsrisikomanagement, Stuttgart: Schäffer Poeschel.
- Brealey, R./Myers, S./Marcus, A.: Fundamentals of Corporate Finance, Columbus, OH: Mcgraw-Hill Education.
- Bruhn, M.: Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen, München: Vahlen.
- Gleißner, W./Füser, K.: Praxishandbuch Rating und Finanzierung: Strategien für den Mittelstand, München: Vahlen.
- Grunewald, B./Schlitt, M. (Hrsg.): Einführung in das Kapitalmarktrecht, München: C.H.Beck.
- Guserl, R./Pernsteiner, H.: Finanzmanagement. Grundlagen – Konzepte – Umsetzung, Wiesbaden: Gabler.
- Heesen, B.: Cash- und Liquiditätsmanagement, Wiesbaden: Gabler.
- Iannotta, G.: Investment Banking : A guide to underwriting and advisory services, Berlin/Heidelberg: Springer.
- Keller, J.: Kundensegmentierung in Kreditinstituten: Ansätze zur Segmentierung von Privat- und Firmenkunden im Bankenbereich, Saarbrücken: Akademikerverlag.
- Langer, C./Eschenburg, K./Eschbach, R.: Rating und Finanzierung im Mittelstand: Leitfaden für erfolgreiche Bankgespräche, Wiesbaden: Springer.
- Polster, B. (Hrsg.): Handbuch Cash Pooling: Betriebswirtschaftliche, rechtliche und steuerliche Aspekte in Österreich und Deutschland, Wien: Linde.

## Digital Finance – Geschäftsmodelle und -prozesse (W3BW\_BK356)

### Digital Finance – Business Models and Processes

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_BK356	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Marcus Vögtle	Deutsch/Englisch

#### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

#### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	180	ja

#### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

#### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

##### FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen mit Abschluss des Moduls in der Lage sein, aus digitalen Abbildern der Geschäftsprozesse in ihren Unternehmen und/oder anderer externer Daten, Wissen zur Formulierung von Verbesserungsvorschlägen der eigenen Geschäftsmodelle und Prozesse zu extrahieren. Aufbauend auf diesem gewonnenen Wissen sollen konkrete Lösungsansätze zur Umsetzung automatisierter oder manueller Prozesse entwickelt werden können.

##### METHODENKOMPETENZ

Den Studierenden wird der Ist-Zustand der derzeit verwendeten Methoden, Konzepte und Softwarelösungen für automatisierte Entscheidungen und Prozesse im Finanzsektor vermittelt.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Ziel des Moduls ist es, Studierende, welche umfassend in Bankfragen ausgebildet sind, auch mit modernsten technischen Fähigkeiten zu versehen. Sie sollen so richtungsweisende fachliche Fragestellungen kompetent erkennen und mit den angemessenen Methoden aktueller Forschung beantworten können. Ein Maßstab für diese so erworbenen Kompetenzen kann daher nur die erfolgreiche Lösung real existierender Probleme aus dem Umfeld eines sich stark verändernden Finanzsektors sein.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitalisierung von Geschäftsprozessen	50	100
Geschäftsprozessmanagement – Disruptive Veränderung von Geschäftsprozessen		
Digital Finance Geschäftsmodelle	50	100
Digitalisierungsstrategien – Zukunftsweisende Geschäftsmodelle im Finanzsektor		

#### BESONDERHEITEN

Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur.

-

## LITERATUR

---

- Alt, R./Puschmann, T.: Digitalisierung der Finanzindustrie – Grundlagen der Fintech-Evolution, Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
- Everling, O./Lempka R. (Hg.): Finanzdienstleister der nächsten Generation – Die neue digitale Macht der Kunden, Frankfurt am Main: Frankfurt School Verlag.
- Everling, O./Lempka R. (Hg.): Finanzdienstleister der nächsten Generation – Megatrend Digitalisierung: Strategien und Geschäftsmodelle, Frankfurt am Main: Frankfurt School Verlag.
- Kreutzer, R. T./Land, K.-H.: Digitaler Darwinismus: Der stille Angriff auf Ihr Geschäftsmodell und Ihre Marke, Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
- Kreutzer, R. T./Neugebauer, T./Pattloch, A.: Digital Business Leadership: Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management, Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
- McQuivey, J.: Digital Disruption: Unleashing the Next Wave of Innovation: Amazon Publishing.
- Rogers, D. L.: Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age, New York, NY: Columbia University Press.
- Rosing, M. von/Scheer, A.-W./Scheel, H. von: The Complete Business Process Handbook: Body of Knowledge from Process Modeling to BPM, Burlington, MA: Morgan Kaufmann Publishers.