

Syllabus

Course description

Course title	Business Consulting Lab
Course code	25454
Scientific sector	SECS-P/08
Degree	LM-77 Accounting and Finance
Semester	2 nd semester, ay 2021/2022
Year	2 nd
Credits	3
Modular	No

Total lecturing hours	36
Total lab hours	-
Total exercise hours	-
Attendance	<p>Because of the Laboratory character of this course which contains active work 'beyond' regular lectures with firms and organizations, and a possible collaboration with international students from Baruch college full commitment and active participation is needed those students who work on client projects, as it is crucial to achieve the learning objectives associated with the specific purpose and design of the course (e.g. interaction, teamwork, negotiation).</p> <p>There is the need to notify the lecturer until mid December latest regarding the decision to attend and participate as a full team member as to come up with ideal client – students match-ups.</p> <p>Those students who decide to take the course, but are neither willing or able to attend/participate, should indicate these in written form before the start of the semester (latest end of February). They will be provided with a term assignment with a comparable workload and limited processing time, as a rule 3 months.</p> <p>There are no regular exam sessions as this lecture is a laboratory. Those who fail with the term assignment or bail out of the teams will be provided with a new assignment upon request</p>
Prerequisites	Successful completion of the Ms course "Advanced Strategic Management" is highly recommended.
Course page	Will be set up on OLE

Specific educational objectives	<p>The objective of this laboratory is to apply and thereby broaden students' skills with regard to analyzing and crafting strategies, organizational structures, processes, information management and corresponding technologies. Additionally, soft-skills and interpersonal ability to communicate and negotiate should be developed and/or</p>
--	---

	<p>improved.</p> <p>Students –ideally in collaboration with a similar cohort from Baruch College– will be assigned to specific business problems of collaborating firms and conduct consulting tasks that include application of knowledge acquired in previous courses especially in the BAC track of the Ms A&F or comparable majors.</p> <p>Through presenting the results of the consulting work in front of clients, lecturers, and fellow students communication skills are enhanced.</p>
Lecturer	<p>Michael Nippa Office E 305 michael.nippa@unibz.it, +39 0471 013181 www.unibz.it/en/economics/people/StaffDetails.html?Personid=35249&hstf=35249</p>
Scientific sector of the lecturer	SECS-P/08
Teaching language	German, depending on the needs of collaborating firms English and Italian will be useful, too.
Office hours	9 - aligned to needs of the course; consultations are always possible based on a decent e-mail request
Lecturing assistant	Not foreseen
Teaching assistant	Not foreseen
Office hours of assistant	Not foreseen
List of topics covered	<ul style="list-style-type: none"> • Role and functions of management consultants • Methods, instruments, and tools of management consulting • Communication with clients • Reporting and presenting results
Teaching format	<p>Some basic introductory sessions, frequent feedback and (re)directing sessions, final presentation preferably in front of clients</p> <p>Roundtable discussions and self-reflection.</p>
Learning outcomes	<p><u>Knowledge and understanding:</u> Knowledge of key aspects of management consulting and methodological approaches</p> <p><u>Applying knowledge and understanding:</u> Applying this knowledge through interpreting the task, setting up a project, collaborate with team members and the client, to presenting results</p> <p><u>Making judgments:</u> Ability to comprehend the clients' needs and restrictions, to choose appropriate methods and presentation tools.</p> <p><u>Communication skills:</u> Learn and practice to communicate effectively with client, team members, and supporting lecturing staff.</p> <p><u>Learning skills:</u> The need to gather and interpret data from different sources to solve or at least illustrate management</p>

	problems advances learning skills.
Assessment	<p><u>Attending/active participation</u> assessed by peer team members, too: Efforts and engagement shown 'in-class' and in the client-student (consulting) situation; demonstrated ability to access internal and external data-sources to solve the problem (30%), final report (50%), and team presentation (20%).</p> <p><u>Non-attending/no participation</u>: Quality of a scholarly review article (approx. 20 pages) on topical issues relevant for example to the consulting sector. Topics will be provided exclusively at the beginning of the term on students' written request by the lecturer – they cannot be chosen individually. The due date of the work will be determined. A brief 'contract' based on an exposé provided by the student will be signed or agreed upon by the candidate and the lecturer. It is expected that the student shows exceptional effort for being provided an exception, i.e. non-attending. Knowledge of the basic literature listed below is required as well as proficiency in writing scholarly papers (80%). The paper should be presented to the attending students (15 Minutes) following by an in-depth discussion (20%). The paper has to be written and presented in German, as German is the official language of the course. The student may choose to additionally create an English version as well.</p>
Assessment language	German
Evaluation criteria and criteria for awarding marks	<p>Attending/active participation: See above; clients' satisfaction and evaluation; breadth and depth of analyses; quality of report (content and formal requirements); quality of presentation (content and presentation skills)</p> <p>Non-attending/no participation: Content (complexity and difficulty), structure, comprehensiveness, writing, quantity and quality of scholarly sources used, and formal issues (e.g. citation and layout) – in short rigor and relevance and quality of presentation (content and presentation skills).</p>
Required readings	<p>Grant, R.M.: "Contemporary Strategy Analysis", 9th ed., Wiley (ISBN: 9781119120834)</p> <p>Nippa, M. & Petzold, K. „Functions and Roles of Management Consulting Firms - an Integrative Theoretical Framework." In: A.F. Buono (Ed.), <i>Developing Knowledge and Value in Management Consulting: Research in Management Consulting, Volume 2</i>. Information Age: Greenwich, CT: pp. 209-230.</p>
Supplementary readings	<p>Nippa, M. & Schneiderbauer, D. (2004) „Erfolgsmechanismen der Top-Management-Beratung. Einblicke und kritische Reflexionen von Branchenken- nern." Physica: Heidelberg, Berlin.</p>

Rothaermel, F.: Strategic Management, 3rd ed., McGraw Hill (ISBN: 9781259760556)

Syllabus

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Titel der Lehrveranstaltung	Business Consulting Lab
Code der Lehrveranstaltung	25454
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich der Lehrveranstaltung	SECS-P/08
Studiengang	Master in Accounting und Finance
Semester und akademisches Jahr	2. Semester 2021/2022
Studienjahr	2
Kreditpunkte	3
Modular	Nein

Gesamtanzahl der Vorlesungsstunden	36
Gesamtzahl der Laboratoriumsstunden	
Gesamtzahl der Übungsstunden	
Anwesenheit	<p>Aufgrund des Anwendungscharakters dieses Kurses, der eine aktive Arbeit 'außerhalb' regelmäßiger Vorlesungen mit Firmen und Organisationen und eine mögliche Zusammenarbeit mit internationalen Studenten des Baruch College beinhaltet, ist das volle Engagement und die aktive Teilnahme der Studenten, die an Kundenprojekten arbeiten, erforderlich, da dies entscheidend ist, um die Lernziele zu erreichen, die mit dem spezifischen Zweck und der Gestaltung des Kurses verbunden sind (z.B. Interaktion, Teamarbeit, Verhandlung).</p> <p>Es ist notwendig, den Dozenten bis spätestens Mitte Dezember über die Entscheidung zu informieren, als vollwertiges Teammitglied teilzunehmen, um die richtige Zuordnung zwischen Kunden und Studenten zu finden. Studierende, die sich für die Lehrveranstaltung entscheiden, aber nicht teilnehmen wollen oder können, sollten dies vor Semesterbeginn (spätestens Ende Februar) schriftlich mitteilen. Sie erhalten eine Semesterarbeit mit vergleichbarem Arbeitsaufwand und begrenzter Bearbeitungszeit, in der Regel 3 Monate.</p> <p>Da es sich bei dieser Veranstaltung um keine Vorlesung, sondern Wissensvermittlung durch praktische Anwendung handelt, gibt es keine regelmäßigen Klausuren. Diejenigen, die mit der Semesteraufgabe scheitern oder aus den Teams aussteigen, erhalten eine neue Aufgabe auf Nachfrage.</p>
Voraussetzungen	Der erfolgreiche Abschluss des Ms-Kurses "Advanced

	Strategic Management" wird dringend empfohlen.
Link zur Lehrveranstaltung	Wird auf OLE eingerichtet
Spezifische Bildungsziele	<p>Ziel dieses Labors ist es, die Fähigkeiten der Studierenden in Bezug auf die Analyse und Gestaltung von Strategien, Organisationsstrukturen, Prozessen, Informationsmanagement und entsprechenden Technologien anzuwenden und dadurch zu erweitern. Zusätzlich sollen Soft-Skills und zwischenmenschliche Kommunikations- und Verhandlungsfähigkeiten entwickelt bzw. verbessert werden.</p> <p>Die Studierenden werden - idealerweise in Zusammenarbeit mit einer ähnlichen Kohorte des Baruch College - mit konkreten betriebswirtschaftlichen Problemstellungen kooperierender Unternehmen betraut und führen Beratungsaufgaben durch, die die Anwendung des in vorangegangenen Kursen, insbesondere im BAC-Track des Ms A&F oder vergleichbarer Studiengänge, erworbenen Wissens beinhalten.</p> <p>Durch die Präsentation der Ergebnisse der Beratungsarbeit vor Kunden, Dozenten und Kommilitonen werden die Kommunikationsfähigkeiten verbessert.</p>
Dozent	<p>Michael Nippa Office E 305 michael.nippa@unibz.it, +39 0471 013181 www.unibz.it/en/economics/people/StaffDetails.html?Personid=35249&hstf=35249</p>
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich des Dozenten	SECS-P/08
Unterrichtssprache	Deutsch, je nach Bedarf der kooperierenden Unternehmen sind auch Englisch und Italienisch nützlich.
Sprechzeiten	9 - abgestimmt auf die Bedürfnisse des Kurses; Konsultationen sind jederzeit auf der Grundlage einer angemessenen E-Mail-Anfrage möglich
Beauftragter für Übungsstunden	nicht vorgesehen
Didaktischer Mitarbeiter	nicht vorgesehen
Sprechzeiten	nicht vorgesehen
Auflistung der behandelten Themen	<ul style="list-style-type: none"> • Rolle und Aufgaben von Unternehmensberatern • Methoden, Instrumente und Werkzeuge der Unternehmensberatung • Kommunikation mit Kunden • Berichterstattung und Ergebnispräsentation
Unterrichtsform	Einige grundlegende Einführungssitzungen, häufige Feedback- und Lenkungssitzungen, Abschlusspräsentation vorzugsweise vor Kunden Diskussionen am runden Tisch und Selbstreflexion
Erwartete Lernergebnisse	<u>Kenntnisse und Verständnis:</u>

	<p>Kenntnis der wichtigsten Aspekte der Unternehmensberatung und der methodischen Ansätze</p> <p><u>Anwendung von Wissen und Verständnis:</u> Anwendung dieses Wissens durch Interpretation der Aufgabe, Aufbau eines Projekts, Zusammenarbeit mit Teammitgliedern und dem Kunden bis hin zur Präsentation der Ergebnisse</p> <p><u>Urteile fällen:</u> Fähigkeit, die Bedürfnisse und Beschränkungen des Kunden zu verstehen, geeignete Methoden und Präsentationsmittel zu wählen.</p> <p><u>Kommunikationsfähigkeiten:</u> Lernen und üben, effektiv mit Kunden, Teammitgliedern und unterstützendem Lehrpersonal zu kommunizieren.</p> <p><u>Lernfähigkeiten:</u> Die Notwendigkeit, Daten aus verschiedenen Quellen zu sammeln und zu interpretieren, um Managementprobleme zu lösen oder zumindest zu veranschaulichen.</p>
--	---

<p>Art der Prüfung</p>	<p><u>Anwesenheit/aktive Teilnahme</u> wird auch von den anderen Teammitgliedern bewertet: Bemühungen und Engagement im Unterricht und in der Kunden-Studenten-(Beratungs-)Situation; nachgewiesene Fähigkeit, auf interne und externe Datenquellen zuzugreifen, um das Problem zu lösen (30%), Abschlussbericht (50%) und Teampräsentation (20%).</p> <p><u>Nichtanwesenheit/keine Teilnahme:</u> Qualität eines wissenschaftlichen Reviewartikels (ca. 20 Seiten) zu aktuellen Themen, die z.B. für die Beratungsbranche relevant sind. Die Themen werden ausschließlich zu Beginn des Semesters auf schriftliche Anfrage des Studenten durch den Dozenten zur Verfügung gestellt - sie können nicht individuell gewählt werden. Der Abgabetermin der Arbeit wird festgelegt. Ein kurzer "Vertrag" auf der Grundlage eines vom Studenten erstellten Exposés wird vom Kandidaten und dem Dozenten unterzeichnet oder vereinbart. Es wird erwartet, dass der Student außergewöhnliche Anstrengungen unternimmt, um eine Ausnahme zu erhalten, d.h. nicht anwesend zu sein. Die Kenntnis der unten aufgeführten Grundlagenliteratur wird ebenso vorausgesetzt wie die Beherrschung des Verfassens wissenschaftlicher Arbeiten (80%). Das Referat ist den anwesenden Studierenden vorzustellen (15 Minuten) und anschließend ausführlich zu diskutieren (20%). Die Arbeit muss in deutscher Sprache verfasst und präsentiert werden, da Deutsch die offizielle Sprache des Kurses ist. Der Student kann sich entscheiden, <u>zusätzlich</u> auch eine englische Version zu erstellen.</p>
<p>Prüfungssprache</p>	<p>Deutsch</p>
<p>Bewertungskriterien und Kriterien für die</p>	<p><u>Anwesenheit/aktive Teilnahme:</u> Siehe oben; Zufriedenheit und Bewertung der Kunden; Breite und Tiefe der Analysen;</p>

Notenermittlung	<p>Qualität des Berichts (Inhalt und formale Anforderungen); Qualität der Präsentation (Inhalt und Präsentationsfähigkeiten) <u>Nicht-Teilnahme/keine Teilnahme</u>: Inhalt (Komplexität und Schwierigkeitsgrad), Struktur, Ausführlichkeit, Schreibweise, Quantität und Qualität der verwendeten wissenschaftlichen Quellen und formale Aspekte (z. B. Zitierweise und Layout) - kurz gesagt: Strenge und Relevanz und Qualität der Präsentation (inhaltliche und präsentative Fähigkeiten).</p>
Pflichtliteratur	<p>Grant, R.M.: "Contemporary Strategy Analysis", 9th ed., Wiley (ISBN: 9781119120834) Nippa, M. & Petzold, K. „Functions and Roles of Management Consulting Firms - an Integrative Theoretical Framework.“ In: A.F. Buono (Ed.), <i>Developing Knowledge and Value in Management Consulting: Research in Management Consulting, Volume 2</i>. Information Age: Greenwich, CT: pp. 209-230.</p>
Weiterführende Literatur	<p>Nippa, M. & Schneiderbauer, D. (2004) „Erfolgsmechanismen der Top-Management-Beratung. Einblicke und kritische Reflexionen von Branchenken-nern.“ Physica: Heidelberg, Berlin. Rothaermel, F.: Strategic Management, 3rd ed., McGraw Hill (ISBN: 9781259760556)</p>