

Zertifikatsprüfungsordnung und Lehrgangsbeschreibung

Diese Zertifikatsprüfungsordnung der Steinbeis+Akademie gilt für den folgenden Lehrgang auf Basis der gültigen Rahmenordnung zur Durchführung von Zertifikatslehrgängen (RZLG) in der jeweils aktuellen Fassung.

Lehrgangsbezeichnung **Sustainable Finance**

Kompetenzfeld	Management	Persönlichkeitsentwicklung	Bildungsmanagement	Gesundheitswesen	Technologie
	X				
Durchführungsort/e	Münster	Berlin	Frankfurt	München	und weitere
Abschluss	Diploma of Advanced Studies (DAS)	Certificate of Advanced Studies (CAS)	Diploma of Basic Studies (DBS)	Certificate of Basic Studies (CBS)	
	X	Einzelne Module können als CAS abgeschlossen werden			

Qualifikationsziel	<ul style="list-style-type: none"> • Die Absolvent*innen verstehen die Entwicklung vom Nachhaltigkeitsbegriff zur CSR und kennen die Inhalte ausgewählter ISO Standards und Definitionen mit besonderer Relevanz für die Finanzdienstleistungsbranche. • Die Lernenden begreifen CSR als Modell entlang der Wertschöpfungskette von Finanzinstituten und kennen relevante Managementansätze zur Integration von Nachhaltigkeit in den Steuerungsprozess von Kreditinstituten. • Aus der Auseinandersetzung mit der aktuellen Forschung zum Thema Sustainable Business Models und Sustainable Business Model Innovation können die Studierenden aktuelle Trends anhand von Start-up Unternehmen am Markt identifizieren, bewerten und diese auf die Finanzbranche übertragen. • Die Studierenden sind in der Lage, Design Thinking Methoden am Beispiel von Kreditinstituten anzuwenden und selbst eine Sustainable Business Model Innovation Idee mit Bezug zur Finanzbranche zu entwickeln. • Die Lernenden erkennen, dass Nachhaltigkeit ein Trend ist, der sowohl politisch (top-down) wie auch gesellschaftlich (bottom-up) getragen wird und wesentlichen Einfluss auf die Finanzbranche nehmen wird. • Die Studierenden kennen aktuelle wissenschaftliche Studien zur Veränderung des Konsumverhaltens bei Finanzprodukten in Deutschland sowie wissenschaftliche Beiträge zur Analyse des Konsumverhaltens mit Bezug zur Finanzdienstleistungsindustrie. • Die Studierenden kennen die gewählten Forschungsmethoden der Studienautoren zur Erklärung von nachhaltigem Konsumverhalten und können diese hinsichtlich ihrer Stärken und Schwächen bewerten. • Die Lernenden setzen sich mit den theoretischen Grundlagen von Investitionsentscheidungen auseinander und sind in der Lage, Überlegungen zur Integration von Nachhaltigkeit in die neoklassische Investitionsentscheidung aufzuzeigen. • Die Studierenden lernen behavioristische Methoden des Marketings kennen und können diese auf das Marketing von Finanzprodukten übertragen. • Ausgehend von den gelernten Methoden sind sie in der Lage, Maßnahmen für die Ausgestaltung des Marketing Mixes von Finanzdienstleistern abzuleiten und Normstrategien am Beispiel führender Finanzdienstleister und weiterer Player zu erkennen und zu bewerten. • Die Lernenden kennen die Grundzüge der Preisbildung an Märkten sowie ausgewählte Preismodelle (z.B. CAPM). Sie können diese anwenden und hinsichtlich ihrer Prämissen kritisch bewerten. • Insbesondere verstehen Sie das Menschenbild der neoklassischen Kapitalmarkttheorie (Homo Oeconomicus) und können dieses kritisch bewerten. • Sie kennen aktuelle Verhaltensweisen von relevanten Marktakteuren (insbesondere Black-Rock) zum Thema Nachhaltigkeit sowie zentrale politische Pläne der EU zur Regulierung des Finanzmarktes im Kontext der nachhaltigen Ausrichtung des Finanzmarktes. • Die Studierenden können verschiedene Definitionsansätze für nachhaltige Investments unterscheiden und diese in den Kontext zur wissenschaftlichen Literatur setzen. • Sie verstehen das Zusammenspiel von Nachhaltigkeit und dessen Relevanz auf die Preisbildung auf Kapitalmärkten und können den Bezug zur neoklassischen Kapitalmarkttheorie herstellen. • Sie verstehen aktuelle Ansätze zur Integration von Nachhaltigkeit in das Asset Management von institutionellen Investoren und können diese kritisch bewerten.
---------------------------	---

RZLG-ergänzende Zulassungsvoraussetzung

Lehrform	Präsenz	Präsenz/Online	Online	
		X		
Sprache	Deutsch			
Workload in Std.	Gesamt/h	Seminarzeit	Selbstlernzeit	Transferzeit
	600	64	384	152
Art der Leistungsnachweise (LNW)	Klausur (K)	Präsentation/ mündliche Prüfung (P)	Case (C)	Transferarbeit (TA)
				X
				Projekt- studienarbeit (PSA)

Inhalte

Modul	Schwerpunktt Themen	Seminarzeit/h
Sustainable Basics and ESG-Trend	<ul style="list-style-type: none"> • Entstehungsgeschichte und wesentliche Meilensteine von Nachhaltigkeit in der Finanzbranche • Leitbild nachhaltiger Entwicklung, Internationale Debatten über Umwelt und Entwicklung, Brundtlandt Kommission, Gipfel von Rio, Milleniumsziele, SDG. • Definitionsversuche und Grundprinzipien von Nachhaltigkeit (ISO-Standards, EU-Versuche etc, Wissenschaft), Wechselwirkung zu Ethik, Wohltätigkeit, CSR mit Relevanz für die Finanzwissenschaft. • Dimensionen von Nachhaltigkeit in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik mit Relevanz für die Fi+C3onanzbranche. • Handlungsfelder und Trends im Finanzbereich • Rolle von negativen externen Effekten • Kritische Diskussion: Triple Bottom Line und Circular Economy als Lösungsansätze und die Rolle ausgewählter Finanzmarktakteur*innen 	16
Sustainable Entrepreneurship & Strategy	<ul style="list-style-type: none"> • Schnittstelle von Nachhaltigkeit zu ökonomischen Handeln in Finanzdienstleistungsunternehmen (ökonomische Nachhaltigkeit, ökologische Nachhaltigkeit im unternehmerischen Kontext, Soziale Nachhaltigkeit), Triple Bottom Line etc. • Strategisches Managements und Nachhaltigkeit in der Finanzindustrie • Vom Nachhaltigkeitsbegriff zur CSR – Nachhaltigkeit als integratives Konzept verstehen (Definition nach Iso Normen, CSR Dimensionen, CSR entlang der Wertschöpfung, CSR Managementansätze z.B. Green Controlling) • Sustainable Business Models und Sustainable Business Model Innovation for financial services– was Finanzdienstleister*innen von nachhaltigen Start-ups lernen können. • Innovationsmethoden Exkurs am finanzwirtschaftlichen Beispiel: Design-Thinking & Transfer: Do-it-yourself 	16

<p>Sustainable Marketing and Society</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Gesellschaft im Wandel begreifen: Fridays for Future und politische Weichenstellung als Spannungsfeld für die Finanzbranche • Das finanzwirtschaftliche Konsumverhalten der Deutschen – Nachhaltigkeit auf dem Vormarsch am Beispiel von Social Banking • Analyse der Konsumententscheidung bei Finanzprodukten – Erklärungsansätze des Marketings für nachhaltiges Konsumverhalten bei Finanzprodukten • Analyse der nachhaltigen Investitionsentscheidung– Parallelen zur nachhaltigen finanzwirtschaftlichen Konsumententscheidung erkennbar? • Ansatzpunkte für Nachhaltigkeit im Marketing von Finanzprodukten: Labels, Green-/Bluewashing, Willingness to pay, Behavioral Fallacies & Nudges • Integration von Nachhaltigkeit in den Marketing Mix – eine Analyse am Beispiel führender Finanzdienstleister*innen 	<p>16</p>
<p>Sustainable Capital Markets</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Preisbildung an Kapitalmärkten – das Märchen vom Homo Oeconomicus • Aktuelle Kapitalmarktrends: Blackrock und „Stranded Assets“ - Finanzierung der Klimawende: Regulatorischer Eingriff der EU in die Finanzmärkte und seine Folgen; Markt für nachhaltige Geldanlagen FNG Studie • Definitionsversuche nachhaltiger Investments: ESG-Faktoren und SRI vs. SI; EU-Taxonomie vs. Heterogenität des Nachhaltigkeitsbegriffes • Nachhaltigkeit und die Auswirkung auf die Preisbildung an Märkten (Beispiel Multifaktormodelle, Performancestudien Bassen etc.) • Integration von Nachhaltigkeit in das Asset Management von institutionellen Investoren (Ansätze zur Integration von Nachhaltigkeit in das Asset Management, ESG Rating, Aktivismus, Screening Ansätze, offene Felder der Forschung: insbesondere Impact Messung) 	<p>16</p>