

Modul 5: Management von Geschäftsbeziehungen und der Supply Chain				Studiengang:	MBA
Modultyp:	ECTS-Punkte:	Workload:	Studienabschnitt:	Dauer des Moduls:	
Pflicht	5	150	3	14 Präsenztermine	
Kurse:			Kontaktzeit:	Selbststudium:	Geplante Gruppengröße:
Kurs 5a: Management von Geschäftsbeziehungen			28h	47h	25
Kurs 5b: Supply Chain Management			28h	47h	25
Qualifikationsziele:					
<p>Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind nach Abschluss des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - das Zusammenspiel zwischen Marktkontakten, Kosten und der Realisierung in Form von Projekten zu analysieren; - die Rolle langfristiger Geschäftsbeziehungen im Rahmen eines wertorientierten Managements zu erkennen, zu analysieren und in unternehmerisches Handeln zu integrieren; - zielgerichtete Strategien für die Beziehung zu Unternehmen der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen sowie zu Kooperationspartnern und anderen Stakeholdern zu entwickeln; - Kundenbeziehungen zu analysieren – speziell das Entscheidungsverhalten von Konsumenten und beschaffenden Unternehmen – und darauf aufbauend die Etablierung und Gestaltung von Geschäftsbeziehungen effektiv und effizient zu planen; - Entscheidungen und Verhandlungen im Rahmen des Geschäftsbeziehungsmanagements systematisch vorzubereiten und umzusetzen; - in Fallstudien und mit Hilfe von Praxisbeispielen sowie nach Möglichkeit in einer Exkursion aktuelle Fragen des Geschäftsbeziehungs- und Distributionsmanagements zu analysieren, zu verstehen, zu diskutieren und zu planen; - Güter-, Informations- und Finanzströme in überbetrieblichen Supply Chains zu beschreiben; - Bedarfsermittlungen und Lieferantenbeurteilungen durchführen sowie Make- or Buy-Entscheidungen zu begründen; - unterschiedliche Produktionsprozesse zu klassifizieren und zu erläutern; - Prozessplanungen zum Produktionsmanagement und zugehörige Berechnungen durchzuführen; - die Bedeutung sowie Herausforderungen von Logistik als Koordinationsfunktion im Supply Chain Management zu diskutieren. 					
Inhalte Kurs 5a: Management von Geschäftsbeziehungen					
<p>Der Aufbau und die Gestaltung langfristiger Geschäftsbeziehungen zu Kunden, Lieferanten oder anderen Marktteilnehmern und Stakeholdern stellt eine Herausforderung für das Management dar – in strategischer wie in operativer Perspektive. Die Rolle langfristiger Geschäftsbeziehungen im Rahmen eines wertorientierten Managements steht im Mittelpunkt des Kurses. Behandelt werden zielgerichtete Strategien für die Beziehungen zu Unternehmen der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen sowie zu Kooperationspartnern, der Aufbau und die Gestaltung von Geschäftsbeziehungen zu Kunden und speziell auch das Management von Distributions-/Handelsbeziehungen. Dabei werden die in Kurs 3b (Modul 3) behandelten Marketing-Konzeptionen weitergeführt und die instrumentelle Umsetzung fokussiert. Eine Besonderheit ist</p>					

die starke Betonung des Business-to-Business-Marketings mit Ansätzen wie Buying-Center und Einzelkundenmanagement (Kundenorientierung, Kundenanalyse, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung, Kundenbewertung). Langfristige Beziehung unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten werden anhand aktueller Fragen von Kundenbindung, „Schlafenden Beziehungen“ („sleeping relationships“) und Kundenrückgewinnung („regain management“) diskutiert. Rechtliche Aspekte werden aufgegriffen etwa im Zusammenhang mit Marktforschungsfragen und CRM-Systemen, mit Beschwerdemanagement und dem Verhältnis Hersteller-Handel. Anhand von Einzelbeispielen werden quantitative Analysen und die Methodik erörtert, z.B. bei der Kundenbewertung.

Literaturhinweis:

Backhaus, K.; Voeth, M.; Industriegütermarketing, 10. Aufl., München 2014

Bruhn, M.: Relationship Management. Das Management von Kundenbeziehungen , 3. Aufl., Wiesbaden 2012

Inhalte Kurs 5b: Supply Chain Management

Das Supply Chain Management (Management von Wertschöpfungs- und Lieferketten) ist ein zentraler Aspekt der Leistungserstellung in der Güter- und Dienstleistungsproduktion. Der Kurs befasst sich mit dem Supply-Chain-Management als prozessorientiertem Managementansatz, der alle Flüsse von Materialien und Informationen entlang der Supply Chain vom Rohstofflieferanten bis zum Endkunden umfasst. Ziel des Supply Chain Management ist die Ressourcenoptimierung für alle an der Supply Chain beteiligten Unternehmen. Um einen solchen übergreifenden Ansatz zu realisieren, ist eine konsistente Abbildung sämtlicher Prozesse vom Kundenauftrag über den Fertigungsauftrag bis hin zum Lieferantenauftrag notwendig. Daher umfasst der Kurs die wichtigsten Teilbereiche von Beschaffung, Produktion und Logistik im Rahmen einer integrierten Supply Chain Betrachtung.

Literaturhinweis:

Kummer, S.; Grün, O.; Jammernegg, W.; Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3. Aufl., München 2013 (sowie zugehöriges Übungsbuch)

Lehrformen: Lehrvortrag mit interaktiven Elementen, Gruppenarbeiten mit Präsentation, Selbststudium, Vorträge von Führungskräften aus der Praxis (Kurse 5a und 5b) sowie in Kurs 5a Fallstudie mit Präsentation der TeilnehmerInnen und – optional – Exkursion mit Praxisbeiträgen und Fachdiskussion zum Geschäftsbeziehungsmanagement in der Distribution (zuletzt: METRO AG, Düsseldorf)

Verwendbarkeit des Moduls: Deutschsprachiger MBA-Studiengang „General Management“

Teilnahmevoraussetzungen: Zulassung zum MBA-Studiengang.

Prüfungsform: Hausarbeit, Klausur.

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten: Erfolgreich abgelegte Modulabschlussprüfung. Eine Modulabschlussprüfung ist bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ lautet.

Häufigkeit des Angebots: jährlich

Stellenwert der Note für die Endnote: In die Gesamtnote des Studiengangs geht die Note der Modulabschlussprüfung mit 9,09 % ein.

Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. B. Günter, Prof. Dr. Rüdiger Hahn

Sonstige Informationen: Die Materialien werden online zu Beginn des jeweiligen Kurses zur Verfügung gestellt. Gruppenaufgaben werden in den Sitzungen ausgegeben.

Modul-Orga-Einheit: 3. Studienabschnitt

Modulversionsname: 27. Januar 2018