

Modul 7: Erzielung und Analyse von Wettbewerbsvorteilen				Studiengang:	MBA
Modultyp:	ECTS-Punkte:	Workload:	Studienabschnitt:	Dauer des Moduls:	
Pflicht	7	210	1	21 Präsenztermine	
Kurse:			Kontaktzeit:	Selbststudium:	Geplante Gruppengröße:
Kurs 7a: Strategisches und Internationales Management			28h	32h	25
Kurs 7b: Innovationsmanagement und Entrepreneurship			28h	32h	25
Kurs 7c: Change- und Projektmanagement			28h	32h	25
Qualifikationsziele:					
<p>Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind nach Abschluss des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Unternehmung, ihre strategischen und operativen Perspektiven zu analysieren; - zu erklären, was eine Strategie auf Unternehmens- und Geschäftsfeldebene ist und wie die Unternehmensstrategie mit nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen zusammenhängt; - strategische Managementtools und -konzepte anzuwenden, um komplexe Probleme zu lösen; - die internen und externen Rahmenbedingungen eines Unternehmens zu erklären und zu verstehen, wie wichtig die Verbindung der verschiedenen Ebenen für strategische Entscheidungsfindung ist; - Vor- und Nachteile der Globalisierung zu reflektieren; - einzuschätzen, wie, wann, wo und warum Unternehmen internationalisieren sollten; - zu erklären, was Innovationsmanagement ist und welche unterschiedlichen Komponenten Innovationsmanagement umfasst; - zu erklären, warum Innovation für den nachhaltigen Wettbewerbsvorteil eines Unternehmens wichtig ist; - Marktchancen zu identifizieren, zu nutzen und auszuwählen und zu erwägen, was nötig ist, um Ideen in den Markt einzuführen; - die Elemente eines Businessplans zu verstehen und anzuwenden; - Innovation, Management und Entrepreneurship zu verknüpfen; - Ursachen für Veränderungen in Unternehmen zu verstehen; - zu erklären, warum Veränderungen stets mit Widerstand verbunden sind; - Möglichkeiten anzuwenden, wie mit Widerständen gegen Veränderungen umgegangen werden kann; - die Konzepte der Organisationsentwicklung, des Change Managements und der Lernenden Organisation verstehen und voneinander abgrenzen zu können; - zu verstehen, warum Projekte in Unternehmen eine wichtige Form der Sekundärorganisation sind; - verschiedene Projektformen voneinander abzugrenzen; - zu wissen, welche Gestaltungsfelder des Projektmanagements es gibt; - diese Gestaltungsfelder in Abhängigkeit von Zielen, Formen und Rahmenbedingungen der Projekte auszugestalten; - die Herausforderungen des Projektmanagements zu kennen und lösen zu können. - 					
Inhalte Kurs 7a: Strategisches und Internationales Management					

1. Unternehmensvision, -mission und -ziele,
2. Unternehmens- und Geschäftsfeldstrategie,
3. Unternehmerische Ressourcen und Fähigkeiten,
4. Das externe Umfeld des Unternehmens,
5. Globalisierung und Internationalisierung,
6. Formale und informale Institutionen,
7. Internationale Markteintrittsstrategien, Standortwahl und zeitliche Abfolge der Internationalisierung.

Literaturhinweis:

Parboteeah, K. Praveen & Cullen, John B., "Strategic International Management", 5e (International Edition, 2011).

Carpenter, Mason A. & Sanders, Wm. Gerard, "Strategic Management – A Dynamic Perspective: Concepts and Cases", 2e (International Edition, 2009).

Inhalte Kurs 7b: Innovationsmanagement und Entrepreneurship

1. Innovationsmanagement
2. Identifizierung und Beurteilung von Chancen und Marktgelegenheiten
3. Markteinführung
4. Businessplan
5. Projektmanagement

Literaturhinweise:

Vahs, Dietmar & Brehm, Alexander. Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 4. Auflage. Schäffer Poeschel.

Grichnik, Dietmar; Brettel, Malte; Koropp, Christian & Mauer, René. Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen. Schäffer Poeschel.

Nagl, Anna. Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen. Springer.

Inhalte Kurs 7c: Change- und Projektmanagement

I Management von Wandel in Unternehmen

1. Grundlagen, Ursachen, Formen
2. Widerstand gegen organisationalen Wandel
3. Konzepte organisationalen Wandels
 - 3.1 Organisationsentwicklung
 - 3.2 Change Management
 - 3.3 Grundlagen des organisationalen Lernens

II Projekt-Management

- 1 Grundlagen und Begriffe
- 2 Projektorganisation
- 3 Ablauf von Projekten
 - 3.1 Projektstart
 - 3.2 Projektplanung
 - 3.3 Projektdurchführung
 - 3.4 Projektkontrolle
 - 3.5 Projektabschluss
- 4 Begleitende Maßnahmen und Professionalisierung des Projektmanagements

Literaturhinweise:

Bea, Franz Xaver/Scheurer Steffen/Hesselmann, Sabine: Projektmanagement, 2. Aufl., Konstanz, München 2011

Scherm, Ewald/Pietsch, Gotthard (2007): Organisation. Theorie, Gestaltung, Wandel, München 2007 (insb.: Teil III)

Schreyögg, Georg/Geiger, Daniel (2016): Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien, 6. Aufl., Wiesbaden 2016

Lehrformen: Lehrvortrag , Gruppenarbeit, Selbststudium, Gastreferenten aus der Praxis.

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

Teilnahmevoraussetzungen: Zulassung zum MBA-Studiengang.

Prüfungsform: Hausarbeit (Kurs 7a, b), Klausur 60 Minuten (Kurs 7c).

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten: Erfolgreich abgelegte Modulabschlussprüfung. Eine Modulabschlussprüfung ist bestanden, wenn die Bewertung mindestens der drei Kurse jeweils mindestens „ausreichend“ lauten, wobei sich die Gesamtnote zu 50 % aus Kurs 7a und 7b sowie zu 50 % aus Kurs 7c zusammensetzt.

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. Ch. Schwens (Kurs 7a und 7b), Prof. Dr. S. Süß/Dr. A. Hickel (Kurs 7c)

Modul-Orga-Einheit: 4. Studienabschnitt

Modulversionsname: 27. Januar 2018