

**Lehrveranstaltung:**

BAE 2192 - Unternehmensführung (WI)

2 SWS, 2 Credits, Deutsch, Niveau: Fortgeschrittenes Niveau

Donnerstag 15:30 – 17:00 Uhr

Raum: <https://app.alfaview.com/#/join/alfaview-technik/e7b18809-9e40-48b3-9a68-4680a4f9617a/7f3b3807-4d88-430d-9e2a-50d637075ee9>

Bitte beachten Sie, dass es ggf. aufgrund von Covid 19 zu Anpassungen im Ablauf kommen kann. Überprüfen Sie bitte regelmäßig Ihre HS-Email und den Moodle-Kurs (<https://lms.hs-pforzheim.de/course/view.php?id=776>) zur Veranstaltung hinsichtlich Informationen über Termine und Online-Räume.

**Lehrende:**

Name: Prof. Dr. Bettina C.K. Binder

(Mehr Details: <https://www.hs-pforzheim.de/profile/bettinabinder/>)

Büro: T1.3.28, Kolloquium: Mittwochs 11:30 – 13:00 Uhr

E-Mail: [bettina.binder@hs-pforzheim.de](mailto:bettina.binder@hs-pforzheim.de) (Bevorzugte Kommunikationsform)

**Kurzbeschreibung:**

Die Vorlesung vermittelt einen Überblick über das strategische Management von Unternehmen.

Die Vorlesung liefert eine Einführung in die grundlegenden Konzepte und Instrumente der strategischen Unternehmensanalyse und -steuerung. Die Studierenden werden befähigt, ein Unternehmen zu analysieren und ausgehend von der Vision eine Strategie zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen.

**Voraussetzungen:**

Modul Betriebswirtschaftslehre I/II

**Lernergebnisse:**

Die Studierenden besitzen gute Kenntnisse des strategischen Managements von Unternehmen und erkennen die Zusammenhänge zwischen betrieblichem Management und unternehmerischem Umfeld. Zusätzlich verfügen sie über Kenntnisse zu den grundsätzlichen Tools zur Strategieentwicklung und Strategieimplementierung.

Konkrete Lernergebnisse sind:

Die Studierenden besitzen einen Überblick über das strategische Management und kennen die wichtigsten Ansätze zur Unternehmenssteuerung.

Sie sind aufgrund ihres theoretischen Wissens und der praxisnahen Beispiele in der Lage, eine Unternehmensanalyse durchzuführen, d. h. extern die Chancen und Risiken und intern die Stärken und Schwächen eines Unternehmens zu identifizieren.

Sie wissen, wie der Strategieprozess abläuft, und sind in der Lage ausgehend von der Unternehmensvision eine Unternehmensstrategie zu formulieren. Sie kennen die

strategischen Konzepte und Instrumente, um auf Basis der gewählten Strategie Ziele abzuleiten und diese messbar zu machen. Sie kennen Methoden und Kennzahlen, um die Zielerreichung zu überprüfen und bei Abweichungen Maßnahmen zur Korrektur einzuleiten. Sie können das strategische Management vom operativen abgrenzen.

Sie kennen die Tools zur Strategieentwicklung und wie diese in Unternehmen implementiert werden können. Die dabei auftretenden Stärken und Schwächen wurden anhand von Fallstudien geübt, so dass die Studenten sensibilisiert sind für die neuen immateriellen Faktoren, die dabei zur Betrachtung und Steuerung eines Unternehmens mit einbezogen werden sollten.

### Inhalt:

- Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung findet eine Einführung in das strategische Management von Unternehmen statt.
- Die Zusammenhänge zwischen dem betrieblichen Management und dem unternehmerischen Umfeld werden herausgearbeitet.
- Das marktorientierte und das ressourcenorientierte strategische Management wird erläutert.
- Die einzelnen Phasen mit ihren Zielen und Beispiele für zu verwendende Management-Tools werden besprochen und anhand von Fallbeispielen geübt. Das strategische Management wird vom operativen Management abgegrenzt.
- Es werden Tools zur Strategischen Planung und Strukturen innerhalb einer Strategischen Organisation vorgestellt.
- Ausgehend von der strategischen Zielsetzung für ein Unternehmen im Markt werden insbesondere die strategischen Implikationen in den Führungsbereichen „Produkte und Märkte“, „Humankapital und Ressourcen“, „Strategische Planung und Kontrolle“ und „Organisation“ behandelt.
- Zum Abschluss wird das Thema strategisches Management anhand einer Übungsklausur praktisch besprochen.

### Beitrag der Lehrveranstaltung zu den Zielen des Studiengangs:

	<b>Lernergebnis</b>	<b>Beitrag</b>
1.3	Die Studierenden weisen nach, dass sie ein solides Grundwissen in Betriebswirtschaftslehre haben.	Einführung und Vermittlung von Grundkenntnissen des strategischen Managements
1.4	Die Studierenden weisen nach, dass sie ein solides Grundwissen in Volkswirtschaftslehre haben.	Vermittlung von Zusammenhängen zwischen betrieblichem Management und unternehmerischen Umfeld
1.6	Die Studierenden weisen nach, dass sie ein solides Grundwissen in Quantitativen Methoden haben.	Einführung und Vermittlung von Kennzahlen und Rechenansätzen zur strat. Unternehmensführung
4.1	Die Studierenden kennen die Grundsätze ethischer Diskurse und können diese auf typische betriebliche Entscheidungsprobleme anwenden.	Einfluss der Internationalisierung und Globalisierung auf die Unternehmensstrategie und -organisation aus ethischer und sozialer Perspektive, Einführung der Wertorientierten Unternehmensführung als modernes Managementkonzept

**Lehr- und Lernkonzept:**

Das Lehr- und Lernkonzept basiert auf drei didaktischen Methoden.

- In der Vorlesung werden das theoretische Grundwissen und die grundlegenden Konzepte vermittelt. Der Studierende erhält die Methodik und Anleitung, um die vorgestellten Konzepte und Instrumente nicht nur zu kennen, sondern auch anzuwenden. Es ist erwünscht, dass die Studierenden sich während der Vorlesung durch Fragen und kritische Anmerkungen einbringen.
- Durch das Lösen von Fallbeispielen während der Vorlesung oder zur Vorbereitung der nächsten Vorlesungs-Session gelingt es die Methoden und Tools zu üben und in einem virtuellen Unternehmen anzuwenden. Eine aktive Mitarbeit im Unterricht ist daher elementarer Bestandteil des Lehr- und Lernkonzeptes.
- Im Anschluss an die Vorlesung bereitet der Studierende die Inhalte durch das Lesen der begleitenden Unterlagen und des zugrunde gelegten Lehrbuchs auf. Er rekapituliert und reflektiert somit die erhaltenen Informationen, Fallstudien und Lehrinhalte.

Der Lehrende steht jederzeit als Gesprächspartner zur Verfügung und gibt Unterstützung und Ratschläge. Die Kommunikation erfolgt im persönlichen Gespräch oder über E-Mail.

**Regelungen zum Leistungsnachweis:**

**Prüfungsart:** PLK

**Prüfungsdauer:** Klausur am Semesterende über 30 Minuten, als Kombinationsklausur mit Betriebswirtschaftslehre 5.

Gemäß § 24 (2) SPO sind für die Bewertung der Prüfungsleistungen folgende Noten zu verwenden:

1 = sehr gut	= eine hervorragende Leistung
2 = gut	= eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt
3 = befriedigend	= eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht
4 = ausreichend	= eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt
5 = nicht ausreichend	= eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt

**Lehr-/Lernunterlagen:**

Englische / amerikanische Literatur

- **Camphausen, B. (2013):** Strategisches Management: Planung, Entscheidung, Controlling. 3. Aufl., München: Oldenbourg Verlag.
- **Dillerup, R./ Stoi, R. (2013):** Strategische Unternehmensführung, 4. Aufl., München: Vahlen.
- **Dillerup, R./ Stoi, R. (2008):** Praxis der Unternehmensführung, München: Vahlen.
- **Eschenbach, R./Eschenbach, S./Kunesch, H. (2003):** Strategische Konzepte. Management-Ansätze von Ansoff bis Ulrich, 4. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poeschel.
- **Gälweiler, A.: Strategische Unternehmensführung (2005):** 3. Aufl., Frankfurt/Main: Campus Verlag.
- **Grant, R. M. (2015):** Contemporary Strategy Analysis, 9. ed., Carlton: Wiley.

- **Grant, R.M., Nippa, M. (2005):** Strategische Management: Analyse, Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien, 5. Aufl., München: Pearson.
- **Horváth, P., Gleich, R., Seiter, M. (2015):** Controlling. 13. Aufl., München: Vahlen.
- **Hungenberg, H. (2014):** Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- **Müller-Stewens G./Lechner C. (2016):** Strategisches Management – Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, 3. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poeschel.
- **Porter M. (2014):** Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten. 8. Aufl. Frankfurt: Campus Verlag.
- **Welge M. K., Al-Laham, A. (2012):** Strategisches Management: Grundlagen – Prozess, Implementierung, 6. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- **Wheelen, T. L., Hunger, J. D. (2011):** Strategic Management and Business Policy, 13. ed., New Jersey: Prentice Hall.

Vorlesungsunterlagen im Internet im E-Learning-Tool eingestellt

### **Mein Selbstverständnis als Lehrende:**

Ich möchte meinen Teil dazu beitragen, dass Sie einen erfolgreichen Lernfortschritt realisieren und ein Verständnis für die praktische Bedeutung der Lerninhalte bekommen. Dabei ist es mir wichtig, dass Sie auf Basis des erlernten Grundwissens ein eigenständiges strategisches Denken entwickeln und die Chancen und Risiken bestimmter Strategien und Vorgehensweisen einschätzen lernen. Die erlernte Information sollte in Fallstudien anhand von praxisnahen Beispielen angewandt und gefestigt werden. Verständnisfragen sollten möglichst gleich während des Unterrichts gestellt werden. Ebenso sind Ihre Kommentare, die dem Lernfortschritt aller dienen willkommen. Ich möchte Sie darin unterstützen, dass Sie die Veranstaltung erfolgreich abschließen, allerdings liegt der wesentliche Teil der Arbeit bei Ihnen.

### **Verhaltensregeln für die Studierenden:**

- Nutzen Sie die für die Lehrveranstaltung vorgeschlagene Sekundärliteratur, um den Vorlesungsstoff kritisch zu reflektieren
- Rekapitulieren Sie in regelmäßigen Zeitabständen – idealerweise wöchentlich – die behandelten Vorlesungsinhalte
- Nutzen Sie Fallstudienaufgaben, die für die Veranstaltung bereit gestellt werden, um sich rechtzeitig auf die Art, den Umfang und den Schwierigkeitsgrad der Klausur vorzubereiten
- Lesen Sie regelmäßig kritisch die Tagespresse, um dort vorlesungsrelevante aktuelle Themen wiederzufinden und um den Bezug zwischen Vorlesungsinhalt und Praxis bereits während des Studiums zu erkennen.

**Vorläufiger Zeitplan (Änderungen möglich):**

	<b>Termin</b>	<b>Inhalt</b>
<b>(1)</b>	<b>08.10.2020</b>	Einführung in das strategische Management
<b>(2)</b>	<b>15.10.2020</b>	Klassifizierung von Strategien
<b>(3)</b>	<b>22.10.2020</b>	Strategieformulierung und -implementierung
<b>(4)</b>	<b>29.10.2020</b>	Marktorientierte strategische Instrumente
<b>(5)</b>	<b>05.11.2020</b>	Markt-, Branchen-, Konkurrenzanalysen zur Strategieentwicklung
<b>(6)</b>	<b>12.11.2020</b>	Portfolioanalysen
<b>(7)</b>	<b>19.11.2020</b>	Ressourcenorientierte strategische Instrumente
<b>(8)</b>	<b>26.11.2020</b>	Wettbewerbsanalysen
<b>(9)</b>	<b>03.12.2020</b>	Strategische Planung
<b>(10)</b>	<b>10.12.2020</b>	Kernkompetenzen
<b>(11)</b>	<b>17.12.2020</b>	Instrumente zur Strategieimplementierung
<b>(12)</b>	<b>07.01.2021</b>	Moderne Konzepte des strategischen Managements
<b>(13)</b>	<b>14.01.2021</b>	Strategische Organisation
<b>(14)</b>	<b>n/a</b>	Übungsklausur, Beantwortung spezifischer Fragen im Rahmen der Klausurvorbereitung

**Regeln für akademisch korrektes Arbeiten:**

Der Lehrende begrüßt es, wenn sich die Studierenden über die Inhalte der Lehrveranstaltung austauschen. Wenn Probleme und Fragen auftreten, können Mitstudenten einen wertvollen Beitrag zur Steigerung des eigenen Verständnisses leisten. Sonst gelten die allgemeinen Regeln des menschlichen Zusammenlebens, des Anstands und der Sitte.