

Modulhandbuch

Unternehmensführung

Empf. Vorkenntnisse	Kenntnisse strategischer Analysewerkzeuge aus den vorangegangenen Veranstaltungen; Profunde Kenntnisse betriebs- und volkswirtschaftlicher Konzepte und Analysewerkzeuge; Beherrschung der wissenschaftlichen Arbeitsmethodik
Lernziele	<p>Die Studierenden verstehen die Bedeutung des Strategischen Managements für die Unternehmensführung.</p> <p>Die Studierenden können die wesentlichen Aspekte einer Unternehmensstrategie verstehen, analysieren und integrieren.</p> <p>Die Studierenden lernen grundlegende CSR-Konzepte und deren Anwendung in einem strategischen Kontext kennen und können diese auf Anwendungssituationen mit Hilfe von Fallstudien übertragen.</p> <p>Die Veranstaltung soll die Fähigkeit, vernetzt zu denken, fördern.</p>
Dauer	1 Semester
SWS	4.0
Aufwand	<ul style="list-style-type: none"> ■ Lehrveranstaltung: 60 h ■ Selbststudium/ Gruppenarbeit: 120 h <hr style="width: 20%; margin-left: 0;"/> <ul style="list-style-type: none"> ■ Workload: 180 h
ECTS	6.0
Voraussetzungen für Vergabe von LP	Strategisches Management Klausur (K 60) Seminar Fallstudien Hausarbeit und Referat (HA+RE)
Modulverantw.	Prof. Dr. Sybille Schwarz
Empf. Semester Häufigkeit	6 jedes Semester
Verwendbarkeit	Betriebswirtschaft (Bachelor)
Veranstaltungen	<p>Strategisches Management</p> <p>Art Vorlesung Nr. B+W0156 Lerninhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Denkschulen zur Strategiebildung (präskriptiv und deskriptiv) ■ Das Geschäftsmodell als Ausdruck einer Strategie ■ Prinzipien dynamischer Strategien ■ Strategische Konzeptbildung (Informationsanalyse, Strategieentwicklung, Strategieumsetzung, Strategieüberprüfung) ■ Neuere Ansätze der Strategieforschung und -praxis <p>Literatur Vorlesungsfolien im Intranet verfügbar Bea, F.X./Haas, J. (2009): Strategisches Management, 5. Auflage, Stuttgart Bickhoff, N. (2008): Quintessenz des strategischen Managements, Berlin u.a. Malik, F. (2007): Management - Das A und O des Handwerks, Frankfurt Müller-Stewens, G./Lechner, C. (2011): Strategisches Management. 4. Auflage, Stuttgart</p> <p>Seminar Corporate Social Responsibility</p> <p>Art Seminar Nr. B+W0157 Lerninhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Die Veranstaltung behandelt Fallstudien, die unternehmensrelevante CSR-Aktivitäten aufgreifen, beispielsweise Nachhaltigkeit, Corporate Governance, Compliance, Corporate Citizenship, Social Entrepreneurship. ■ Darüber hinaus werden Fragen zum wissenschaftlichen Arbeiten, zum Aufbau einer Argumentationskette und zur Gestaltung einer Präsentation behandelt.

- Literatur Grunwald, A., Kopfmüller, J.: Nachhaltigkeit, 2. Aufl., Frankfurt 2012
 Habisch, A. (Hrsg.): Handbuch Corporate Citizenship, Berlin 2008
 Hentze, J./Thies, B.: Unternehmensethik und Nachhaltigkeits-management, Bern
 u.a. 2012
 Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht, 3. Aufl., Bern u.a. 2010
 Werder, A. von: Führungsorganisation, 2. Aufl., Wiesbaden 2008