

Modulhandbuch

Unternehmensführung

Empf. Vorkenntnisse	Grundkenntnisse aller betrieblichen Teilfunktionen										
Lernziele	Ziel des Moduls ist es, das nötige Expertenwissen zum strategischen Informationsmanagement und zur Führung von Unternehmen zu erlernen sowie dies auf konkrete Unternehmenssituationen anzuwenden und zu übertragen. Die Gesamtzielsetzung ergibt sich dabei aus der Summe der Einzelziele der Lehrveranstaltungen. Interaktive Fallstudien mit studentischen Vorträgen fördern die sozialen und kommunikativen Fähigkeiten der Studierenden. Die Bedeutung von strategischem Informationsmanagement und langfristig angelegter Unternehmensplanung wird vermittelt sowie im Zusammenhang und Vergleich mit kurzfristigen betriebswirtschaftlichen Ansätzen erläutert. Zudem wird deren quantitative Abbildung verdeutlicht.										
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	Modulprüfung Klausur (K120)										
Modulverantw.	Prof. Dr. Andreas Klasen										
Empf. Semester	WIM 1										
Häufigkeit	jedes 2. Semester										
Verwendbarkeit	Wirtschaftsingenieurwesen (Master)										
Veranstaltungen	<p>Strategic Information Management and Decision Making</p> <table border="0"> <tr> <td style="padding-right: 10px;">Art</td> <td>Seminar</td> </tr> <tr> <td>Nr.</td> <td>B+W1315</td> </tr> <tr> <td>SWS</td> <td>2.0</td> </tr> <tr> <td>Lerninhalt</td> <td>This course aims to develop student skills to apply strategic information management concepts in support of business objectives. It enables participants to understand the principles of data, information and knowledge and their lifecycle necessary to drive and support business capability. It also helps to critically assess the strategic use of information, systems and tools, as well as techniques necessary to optimise information use in business processes. In addition, the module aims to develop students' understanding of the roles, strengths and weaknesses of different types of analytical models to support management decision-making. Participants will be able to produce solutions to practical decision-making, planning, control and performance evaluation scenarios by applying management concepts and techniques.</td> </tr> <tr> <td>Literatur</td> <td>Brocke, J. v/Rosemann, M. (Hrsg.) (2015): Handbook on Business Process Management, Heidelberg. Eisenführ, F./Weber, M./Langer, T. (2010): Rational Decision Making, Heidelberg. Galliers, R.D. (2009): Strategic Information Management, New York. Obermaier, R./Saliger, E. (2013): Betriebswirtschaftliche Entscheidungstheorie, München</td> </tr> </table>	Art	Seminar	Nr.	B+W1315	SWS	2.0	Lerninhalt	This course aims to develop student skills to apply strategic information management concepts in support of business objectives. It enables participants to understand the principles of data, information and knowledge and their lifecycle necessary to drive and support business capability. It also helps to critically assess the strategic use of information, systems and tools, as well as techniques necessary to optimise information use in business processes. In addition, the module aims to develop students' understanding of the roles, strengths and weaknesses of different types of analytical models to support management decision-making. Participants will be able to produce solutions to practical decision-making, planning, control and performance evaluation scenarios by applying management concepts and techniques.	Literatur	Brocke, J. v/Rosemann, M. (Hrsg.) (2015): Handbook on Business Process Management, Heidelberg. Eisenführ, F./Weber, M./Langer, T. (2010): Rational Decision Making, Heidelberg. Galliers, R.D. (2009): Strategic Information Management, New York. Obermaier, R./Saliger, E. (2013): Betriebswirtschaftliche Entscheidungstheorie, München
Art	Seminar										
Nr.	B+W1315										
SWS	2.0										
Lerninhalt	This course aims to develop student skills to apply strategic information management concepts in support of business objectives. It enables participants to understand the principles of data, information and knowledge and their lifecycle necessary to drive and support business capability. It also helps to critically assess the strategic use of information, systems and tools, as well as techniques necessary to optimise information use in business processes. In addition, the module aims to develop students' understanding of the roles, strengths and weaknesses of different types of analytical models to support management decision-making. Participants will be able to produce solutions to practical decision-making, planning, control and performance evaluation scenarios by applying management concepts and techniques.										
Literatur	Brocke, J. v/Rosemann, M. (Hrsg.) (2015): Handbook on Business Process Management, Heidelberg. Eisenführ, F./Weber, M./Langer, T. (2010): Rational Decision Making, Heidelberg. Galliers, R.D. (2009): Strategic Information Management, New York. Obermaier, R./Saliger, E. (2013): Betriebswirtschaftliche Entscheidungstheorie, München										

Strategisches Management

Art Vorlesung
Nr. B+W1308
Lerninhalt Teil 1: Betriebswirtschaftliche Grundlagen

- Unternehmen
- Strategie und strategisches Management

Teil 2: Bestandteile des strategischen Managements

- Unternehmensstrategie
- Wettbewerbsstrategie/Geschäftsfeldstrategie
- Funktionalstrategien
- Fallstudie „Fiat“
- Exkurs: Digitalisierung
- Strategischer Gesamtplan und strategische Kontrolle

Teil 3: Instrumente zur Unterstützung strategischer Entscheidungen

- Stärken/Schwächen-Analyse der Gegenwart
- Prognose der Zukunft
- Ressourcenanalyse (VRI-Analysis)
- Produkt/Markt-Analyse
- Innovationsanalyse (Blue Ocean Strategy)
- Branchenanalyse (Porters Five Forces Modell)

Literatur Zur Relevanz des strategischen Managements:
Grant/Nippa: Strategisches Management, 5. Aufl., München u.a. 2006, S. 25-34.

Zur Wettbewerbsstrategie/ Geschäftsfeldstrategie:
Welge/Al-Laham: Strategisches Management, 4. Aufl., 2005, S. 382 ff.

Zu den Funktionalstrategien:
Welge/Al-Laham: Strategisches Management, 4. Aufl., 2005, S. 408 ff.

Zur Unternehmensstrategie:
Welge/Al-Laham: Strategisches Management, 4. Aufl., 2005, S. 328 ff.

Zur Stärken/Schwächen-Analyse:
Welge/Al-Laham: Strategisches Management, 4. Aufl., 2005, S. 187 ff.

Zur Ressourcenanalyse (VRI-Analysis):
Barney: Gaining and Sustaining Competitive Advantage, 2002, S. 145-162.

Zur Innovationsanalyse (Blue Ocean Strategy):
Rawitzer/Hefti: Blue Ocean Strategy, in: Zeitschrift Führung + Organisation, 82. Jg. (2013), S. 125-129.

Zur Branchenanalyse:
Grant/Nippa: Strategisches Management, 5. Aufl., München u.a. 2006, S. 101-118.

Zur strategischen Kontrolle:
Steinmann/Schreyögg: Management, 6 Aufl., 2005, S. 274 ff.