Vorlesungsbeschreibung Unternehmensführung

Lernergebnisse

Die Teilnehmer gestalten im Rahmen einer Unternehmenssimulation mit Methoden und Techniken des modernen Managements wesentliche Unternehmensprozesse selbst und setzen geeignete Strukturen um und Reportingwerkzeuge ein. Sie analysieren dabei sowohl die eigene Unternehmenssituation wie auch den Wettbewerb und sich ergebene Marktchancen. Vor allem sollen sie in der Lage sein, zentrale Aspekte und Erfolgskriterien der marktorientierten Unternehmensführung zu bewerten und zu analysieren sowie kritische Unternehmenssituationen zu erkennen und zu überwinden. Anhand von Fallstudien, Projekten oder einzelfallbezogenen Aufgabenstellungen sollen die Studierenden dahingehend qualifiziert werden, managementspezifische Problemstellungen theoretisch fundiert und praxisadäquat zu lösen.

Inhalte

- Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen
- Funktionen der Unternehmensführung (Entwicklung von Unternehmensziele, -grundsätze, -kultur; Formulierung von Strategien; Personal- und Verhandlungsführung; internationale Aspekte im globalen Wettbewerb)
- Aspekte und Erfolgskriterien der marktorientierten Unternehmensführung
    - Unternehmenserfolg und Wettbewerbsorientierung
    - Unternehmenserfolg und Kundenorientierung
    - Unternehmenserfolg und Leistungsstrategie
    - Unternehmenserfolg und Innovationsorientierung
- Ethische Aspekte der Unternehmensführung (AntiKorruptionsstrategien, Code of Conduct etc.)
- Risikomanagement
- Krisenmanagement (Theorien zur Unternehmenskrisen, Methoden der Krisenerkennung, Krisenbewältigung, Rechtsnormen)
- Konfliktmanagement (Konfliktdiagnose, Typologie von Konflikten, Eskalationen, Strategien zur Konfliktbehandlung)

Literatur

- Bamberger, I.; Wrona, T.: Strategische Unternehmensführung, München 2004
- Dillerup, R.; Stoi, R.: Unternehmensführung, München 2006
- Hinterhuber, H. H.; Matzler, K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung. Kundenorientierung, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung 5. Aufl., Wiesbaden 2006
- Hungenberg, H.; Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, 2. Aufl., Berlin 2006

- Macharzina, K.; Wolf, J.: Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen. Konzepte, Methoden, Praxis, 5. Aufl., Wiesbaden 2005
- Meier, H.: Unternehmensführung. Aufgaben und Techniken betrieblichen Managements. Unternehmenspolitik und Strategische Planung. Unternehmensplanung und Organisation. Human Resources Management, 3. Aufl., Herne, Berlin 2006
- Schacht, O.; Schweer, H.; Ceyp, M.: Unternehmensführung für Ingenieure + Informatiker, 6. Aufl., München 2005
- Hutzschenreuter, T; Griess-Nega, T.: Krisenmanagement. Grundlagen - Strategien Instrumente, Gabler, München, 2006.
- Glasl, F.: Konfliktmanagement. Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater, Verlag Freies Geistesleben, Stuttgart, Auflage: 8., erw. Aufl. 2004.

Lehrmethode

Die wichtigsten Wissensinhalte werden von den Studierenden soweit wie möglich und unter strukturierender Begleitung des Dozenten im Eigenstudium vorbereitet, im Lehrgespräch vertieft und durch übergreifende Fragen, Aufgaben, Fallstudien und Rollenspiele weiterentwickelt und gesichert. Insbesondere wird eine interaktive und seminaristische Unterrichtsgestaltung umgesetzt. Vor dem Hintergrund des erworbenen Wissens oder aktueller Ereignisse sollen Arbeitsgruppen fallspezifische Problemlösungen erarbeiten und ihr Ergebnis vor dem Plenum präsentieren. Durch den Einsatz eines Unternehmensplanspiels sollen dabei die theoretischen Inhalte sinnvoll in der Praxis umgesetzt und erprobt werden.

Lehrsprache

Deutsch

Studien-/Prüfungsleistung

Projektarbeit (Teilnahme Unternehmensplanspiel und Abschlusspräsentation) oder alternativ mündliche Prüfung oder Klausur

Credits

6
(180 h =hp