

Modul BW17: Management				Studiengang:	B
Modultyp:	ECTS-Punkte:	Workload:	Studiensemester:	Dauer des Moduls:	
Wahlpflicht	12	360	4. + 5.	2 Semester	
Lehrveranstaltungen:			Kontaktzeit:	Selbststudium:	Geplante Gruppengröße:
Kurs 1: International Strategic Management (2 SWS)			30 h	90 h	150
Kurs 2: Strategische Geschäftsplanung (2 SWS)			30 h	90 h	150
Kurs 3: Wettbewerbsstrategie (2 SWS)			30 h	90 h	150
Lernziele und Kompetenzen:					
<p>Nach Abschluss dieses Moduls sollten die Studierenden mit grundlegenden und vertiefenden Aspekten des strategischen Managements – auch im internationalen Kontext – vertraut sein. Damit einhergehend sollen die Studierenden in der Lage sein, den jeweiligen Interdependenzen zu anderen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen adäquat Rechnung zu tragen. Das Modul vermittelt Kompetenzen in Bezug auf die wichtigsten Theorien des strategischen und internationalen Managements. Die Studierenden lernen wesentliche Instrumente zur Unternehmensführung kennen und können diese auf praxisbezogene Fallstudien anwenden.</p>					
Inhalte:					
<p>Kurs 1 vermittelt theoretische und praktische Kompetenzen zu Fragestellungen des Strategischen Managements im internationalen Kontext. Neben den Herausforderungen, die für Unternehmen im internationalen Kontext bestehen, werden Strategien zum Eintritt und zur Erschließung internationaler Märkte erarbeitet. Die formellen und informellen institutionellen Rahmenbedingungen von Auslandsmärkten und deren Auswirkungen auf die Unternehmensorganisation sowie die strategische Positionierung des Unternehmens im internationalen Umfeld sind weitere wesentliche Schwerpunkte des Kurses.</p> <p>Im Mittelpunkt von Kurs 2 steht die Vermittlung von Kompetenzen zur strategischen Geschäftsplanung. Neben einer Einführung in die Thematik des strategischen Denkens und Handelns werden Instrumentarien zur strategischen Geschäftsplanung vermittelt. Der Einsatz der Instrumentarien in unterschiedlichen Kontexten wie Produktneueinführung, Eröffnung eines neuen strategischen Geschäftsbereichs, Due Diligence, internationale Diversifizierung und Nachfolgeregelung ist integraler Bestandteil des Kurses.</p> <p>Kurs 3 vermittelt Kompetenzen zur allgemeinen Wettbewerbsstrategie im mikro- und makroökonomischen Kontext. Neben allgemeinen Grundlagen der Wettbewerbsstrategie steht die Analyse, Entstehung und Aufrechterhaltung von Wettbewerbsvorteilen im Zentrum der Veranstaltung. Ferner wird das Wesen der Differenzierung und von Differenzierungsvorteilen näher theoretisch beleuchtet. Die Studierenden erlernen, die gewonnenen Erkenntnisse auf praxisbezogene Fallstudien anzuwenden.</p>					
Lehrformen:					
Plenum (Vorlesung mit Übungselementen)					
Verwendbarkeit des Moduls:					
B.Sc. BWL; B.Sc. Wirtschaftschemie; B.Sc. VWL, im Nebenfach Wirtschaftswissenschaft des Diplom- und Bachelor-Studiengangs Mathematik.					
Teilnahmevoraussetzungen:					
Erfolgreicher Abschluss der ersten beiden Studiensemester, insbes. der Module BB01 und BB02. Gute Englischkenntnisse insbesondere für Kurs 1.					
Prüfungsformen:					
Die Modulabschlussprüfung erfolgt schriftlich in Form einer Klausur (120 Minuten).					
Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:					
<p>Erfolgreiches Ablegen der Modulabschlussklausur.</p> <p>Im Bachelorstudiengang BWL können durch das Anfertigen einer Hausarbeit und deren Präsentation zusätzliche Leistungspunkte im Sinne von § 7 der Prüfungsordnung erworben werden (jedes SS).</p>					

Häufigkeit des Angebots:
Jedes Studienjahr, Start im SS.
Stellenwert der Note für die Endnote:
Die Gesamtnote der Bachelorprüfung errechnet sich als gewichtetes arithmetisches Mittel aus den Noten der Modulabschlussprüfungen, der Zusatzleistungen und der Bachelorarbeit. Dabei wird die Bachelorarbeit dreifach gewichtet.
Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende:
Univ.-Prof. Dr. Schwens und Mitarbeiter des Lehrstuhls für BWL, insb. Management.
Sonstige Informationen:
Aktuelle Informationen auf den Internetseiten des Modulbeauftragten.

Stand: 13.3.2012