

Modul MB01: Betriebswirtschaftliche Theorie I				Studiengang:	M
Modultyp:	ECTS-Punkte:	Workload:	Studiensemester:	Dauer des Moduls:	
Pflicht	12	360	1. + 2.	Zwei Semester	
Lehrveranstaltungen:			Kontaktzeit:	Selbststudium:	Geplante Gruppengröße:
Kurs 1:	Ressourcenökonomie (2 SWS)		30 h	60 h	50 BWL + 30 VWL = 80
Kurs 2:	Finance (2 SWS)		30 h	60 h	
Kurs 3:	Markt und Strategie (2 SWS)		30 h	60 h	
Kurs 4:	Planung und Entscheidung (2 SWS)		30 h	60 h	
Lernziele und Kompetenzen:					
<p>Die Teilnehmer des Moduls „Betriebswirtschaftliche Theorie I“ erarbeiten die grundlegenden Elemente und Inhalte moderner betriebswirtschaftlicher Perspektiven, die für das Verständnis wissenschaftlicher Unternehmensführung unerlässlich sind. Sie werden damit sowohl in die Lage versetzt, ein vertieftes Empfinden für kompetente und verantwortliche Unternehmensführung zu gewinnen, als auch dazu befähigt, betriebswirtschaftliche Forschungsbeiträge zu beurteilen und selbst eigene Forschungsleistungen zu erbringen. Darüber hinaus eignet sich die Konzeption einzelner Kurse für die Integration von Fallstudien, die soziale Kompetenzen (Konfliktlösungsfähigkeit, Übernahme von Verantwortung, Durchsetzungsfähigkeit) fördern und zum Erwerb bzw. Ausbau von Präsentationstechniken beitragen.</p>					
Inhalte:					
<p>Der Kurs „Ressourcenökonomie“ setzt an jener Entwicklung von Konzeptionen strategischer Unternehmensführung an, die sich zum einen aus der Theorie des Unternehmenswachstums sowie zum anderen aus einer breiten Gegenreaktion zu Tendenzen der Überpointierung marktlicher Erfolgsfaktoren einstellen. Aus der Analyse dieser Entwicklungen heraus gewinnen die Studierenden fundierte, beispiel- und fallstudiengestützte Einblicke in die Bedeutung von Nicht-Imitierbarkeit, Unternehmensspezifität und Nicht-Substituierbarkeit von Ressourcen für die marktliche Nutzenstiftung unternehmerischer Aktivitäten und damit für die notwendige Herausbildung unternehmerischer Kernkompetenzen. Letztere bestimmen im Verbund mit den traditionell pointierten marktlichen Erfolgsfaktoren die „strategische Architektur“ eines Unternehmens. Aus diesem Gesamtkonzept heraus werden die Studierenden, fundierend auch auf aktueller englischsprachiger Literatur, in einer Systematik geführt, die aus den Besonderheiten des „Resource-based View's“ heraus jeweils relevante realwirtschaftliche und rechenökonomische Denkweisen segmentiert und diese zugleich wechselseitig aufeinander bezieht. Die Studierenden erleben damit zum einen wissenschaftlich wie praktisch höchst aktuelle Herausforderungen der Gestaltung von Koordinationseffizienz sowie zum anderen spezifische Vertiefungen zu Strategischen Allianzen und Netzwerke sowie deren Reflexion gerade im Lichte des globalen Wettbewerbs.</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Grundkonzeption der Ressourcenökonomie• Die Konzeption des „Material Resources Management“• Die Konzeption des „Flexibility Management“• Die Konzeption des „Customer Resources Management“• Die Konzeption des „Human Resources Management “• Die Konzeption des „Cultural Resources Management“					

- Die Konzeption des „Organizational Resources Management“
- Die Konzeption des „Knowledge Management“
- Die Konzeption des „Network Resources Management“
- Die Konzeption des „Environmental & Social Resources Management“
- Die Ressourcenorientierung im globalen Wettbewerb

Im Kurs „Finance“ erhalten die Teilnehmer einen strukturierten Überblick über den aktuellen Stand der Kapitalmarkt- und Finanzierungstheorie. Die Studierenden erschließen sich die Herleitung und die Bedeutung der wesentlichen Leitbilder der neoklassischen Theorie ebenso wie die wichtigen Beiträge der neo-institutionenökonomischen Theorie. Sie erarbeiten sich dadurch die an den globalen Finanzmärkten vorherrschenden Bewertungs- und Handlungsmuster und können daraus Implikationen nicht nur für originäre Finanzierungsentscheidungen, sondern auch für übergeordnete, etwa unternehmensstrategische Entscheidungen ableiten. Im Bereich der Corporate Finance legt der Kurs konsequent den Lebenszyklus der Unternehmung zugrunde; daneben werden die Grundlagen der Kapitalmarkttheorie erschlossen. Die Teilnehmer erarbeiten sich zudem typische Forschungsmethoden im Bereich „Finance“, indem sie die Beiträge grundlegender und aktueller wissenschaftlicher, zumeist englischsprachiger Veröffentlichungen in methodischer und inhaltlicher Hinsicht nachvollziehen.

- Leitbilder der Finanzierungstheorie
- Finanzwirtschaft im Lebenszyklus
 - Gründungs- und Wachstumsfinanzierung
 - Strategisches Finanzmanagement
 - Finanzierung und Corporate Governance
 - Strategische Finanzierungsalternativen
 - Finanzwirtschaftliches Risikomanagement
 - Finanzwirtschaft in der Degeneration
 - Restrukturierung und Desinvestitionen als Finanzierungsstrategie
 - Insolvenz als Sanierungsstrategie
- Kapitalmarkttheorie
 - Portfoliotheorie
 - Diversifikation als Anlagestrategie
 - CAPM
 - Behavioral Finance
- Finanzinnovationen
 - Verbriefung und Sekundärintermediation
 - Derivate

Der Kurs „Markt und Strategie“ dient zur Vertiefung und theoretischen Fundierung der früher - in der Regel im Bachelor-Studiengang - erlernten Zusammenhänge der markt- und wettbewerbsorientierten Unternehmensführung. Zugleich werden die dynamischen Komponenten von Prozessen und Strategien der Unternehmensentwicklung thematisiert. Dazu sind zunächst Zielanalysen und Ziel festlegungen sowie verschiedene Aspekte der internen und externen Unternehmensanalyse als Ausgangspunkte der Unternehmensentwicklung und des Agierens im Wettbewerb zu behandeln. Dabei werden auch Wettbewerbskonstellationen sowie die grundsätzlichen Positionierungsentscheidungen und -modelle fokussiert. Im Zusammenhang mit dem Aufbau wettbewerbsfähiger Unternehmen wird ein besonderer Akzent auf Business-Pläne, Geschäftsmodelle, Wertkettenkonzeption und Kernkompetenzen von Unternehmen gelegt. Der Kurs orientiert sich alsdann an einem idealtypischen Ablauf des Strategischen Managements und ermöglicht - auch in Abhängigkeit vom jeweils aktuellen Bedarf - Spielraum für Schwerpunktlegungen, z.B. für oft vernachlässigte Kooperationsaspekte und deren theoretische Fundierung und/oder die zunehmende Bedeutung einer internationalen Ausrichtung von Unternehmen. Abgerundet wird der Kurs mit einem Blick auf die informatischen Grundlagen der Markt-, Wettbewerbs- und Strategieanalyse, die speziell auf die Markt- und Wettbewerbsdynamik abzustellen sind.

- Grundlagen des Strategischen Management
 - Basismodell und Phasen des Strategischen Management
 - Strategische Aspekte von Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung
- Interne und externe Analysen als Grundlage strategischer Entscheidungen
 - Umweltanalysen
 - Das Konzept der Branchenstrukturanalyse
 - Geschäftsmodelle und strategische Geschäftsfelder im Wertkettenkonzept
- Strategieformulierung auf Unternehmensebene
 - Formen von Wachstums-, Stabilisierungs- und Rückzugsstrategien
 - Portfolioanalyse und -strategien, Konzerne und Konzernstrategien
 - Internationalisierungsstrategien
- Strategieformulierung auf Geschäftsbereichsebene
 - Grundlegende Wettbewerbsstrategien
 - Kooperationsformen und Kooperationsstrategien
 - Strategische Allianzen und Netzwerke
- Ausgewählte Aspekte der Strategieformulierung auf Funktionsbereichsebene
 - Bedeutung von Funktionsbereichsstrategien
 - Outsourcing- und Offshoring-Konzeptionen
 - Methoden der Strategiewahl
- Elemente der Strategieimplementierung
 - Programme und Pläne
 - Formen von Synergieeffekten
 - Evaluation und Erfolgskontrolle im Strategischen Management

Ziel des Kurses „Planung und Entscheidung“ ist es, den Teilnehmern die Methoden und die Fähigkeit zu vermitteln, komplexe Problematikbestände zu strukturieren und systematisch zu lösen. Planung und Entscheidung werden dabei vorrangig als Prozesse der Informationsgewinnung, -verarbeitung und -bewertung verstanden. Ausgangspunkt hierfür ist die Erfassung der unternehmerischen Präferenzordnung in einem Zielsystem. Aufbauend auf dem Konstrukt der Rationalität werden dann Entscheidungssituationen strukturiert und Entscheidungsregeln erarbeitet. Im Zentrum stehen hierbei Entscheidungen unter Risiko. Ergänzt wird die Perspektive durch Ergebnisse der deskriptiven Entscheidungslehre. Bezüglich der Planung werden unterschiedliche Planungsebenen gegeneinander abgegrenzt und Planungsinstrumente erarbeitet. Ein weiterer Aspekt ist die Implementierung von Planungssystemen in Unternehmen.

- Grundlagen der Planungs- und Entscheidungstheorie
 - Präferenzmodell der Entscheidungstheorie
 - Planungs- und Entscheidungsprozess
- Entscheidungstheorie
 - Individualentscheidungen (Entscheidung bei Sicherheit, Entscheidung bei Unsicherheit)
 - Multipersonale Entscheidungen, Grundzüge der Spieltheorie
- Planungstheorie
 - Planungsobjekte und -prinzipien
 - Planungsinstrumente
 - Unternehmerische Planungssysteme

Lehrformen:

Plenum, Gruppenarbeit und Vorlesung mit seminaristischen Elementen

Verwendbarkeit des Moduls:

M.Sc. BWL; M.Sc. Wirtschaftschemie; M.Sc. VWL.

Teilnahmevoraussetzungen:
Erfüllung der Bedingungen der Zulassungsordnung für das Master-Studium.
Prüfungsformen:
Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer mündlichen Prüfung (15-20 Minuten).
Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:
Regelmäßige und erfolgreiche Bearbeitung von Übungen und Fallstudien in den vier Kursen. Erfolgreiche Teilnahme an der mündlichen Modulabschlussprüfung.
Häufigkeit des Angebots:
Jeweils im Wintersemester und im Sommersemester gemäß Ankündigung der einzelnen Kurse.
Stellenwert der Note für die Endnote:
Die Gesamtnote der Masterprüfung errechnet sich als gewichtetes arithmetisches Mittel aus den Noten der Modulabschlussprüfungen, der Zusatzleistung und der Masterarbeit. Dabei wird die Masterarbeit dreifach gewichtet.
Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende:
Prof. Dr. Christoph J. Börner, Jun.-Prof. Dr. Rüdiger Hahn, Prof. Dr. Raimund Schirmeister, Prof. Dr. Gerd Rainer Wagner sowie Wissenschaftliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der betreffenden Lehrstühle.
Sonstige Informationen:
Aktuelle Informationen jeweils in den Internetseiten der Lehrstühle der Modulbeauftragten und hauptamtlich Lehrenden.

Stand: 08.07.2011