

<b>Modul-Nr./ Code</b>	<b>Modul 16 / 41442</b>
Modulbezeichnung	Unternehmensführung
Semester/ Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normatives Management</li> <li>• Strategisches Management</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Entfällt
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Fischer
Name der/ des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Fischer
Unterrichts-/ Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden Plenumsveranstaltungen: 60 Std. Selbststudium, Vor- und Nachbereitung: 120 Std.
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Eine integrierte Modulprüfung beider Teilmodule. Beide Teilprüfungsleistungen müssen bestanden werden. Die Teilprüfungsleistungen gehen jeweils zur Hälfte in die Note ein.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4,58 %
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel der Lehrveranstaltungen dieses Moduls ist es, einen grundlegenden Einblick in die Methoden der modernen Unternehmensführung zu vermitteln. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, mit dem grundlegenden Instrumentarium selbständig zu arbeiten und dieses sowohl branchenspezifisch als auch branchenübergreifend anzuwenden.

Inhalte des Moduls	In Anlehnung an das St. Galler Managementmodell werden in den beiden zum Modul gehörenden Lehrveranstaltungen die Bereiche des normativen und strategischen Managements thematisiert. Der Bereich des operativen Managements ist Gegenstand des Praxismoduls im 5. Semester.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung (ergänzt um Fallstudien, Gruppendiskussion und Referate)
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dillerup, R.; Stoi, R. (2008): Unternehmensführung</li> <li>• Dillerup, R.; Stoi, R. (2008): Praxis der Unternehmensführung</li> <li>• Weber, J. et al. (2004) : Wertorientierte Unternehmensführung, Wiesbaden.</li> </ul>
<b>Normatives Management</b>	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	41452
Veranstaltungsbezeichnung	Normatives Management
Semester/Trimester	4. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzung	Entfällt
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Fischer
Unterrichts-/Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	3
Workload und ihre Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	90 Stunden Plenumsveranstaltungen: 30 Std. Selbststudium, Vor- und Nachbereitung: 60 Std.
SWS	2 SWS

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	2,29%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Ziel dieser Lehrveranstaltung ist die Vermittlung der normativen Aspekte einer Rahmen- und Zielsetzung für das Unternehmen. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Bedeutung und mögliche Ausprägungen des normativen Managements zu erkennen, kritisch zu analysieren, im Hinblick auf den Unternehmenserfolg und andere Zielsetzungen zu bewerten sowie für die einzelnen Bereiche eigene Vorstellungen, Problemlösungen und Formulierungen zu entwickeln.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des normativen Managements</li> <li>• Managementmodelle und integrierte Managementkonzepte</li> <li>• Unternehmensphilosophie und Vision als Dach des integrierten Managements</li> <li>• Dimensionen des normativen Managements (Unternehmenspolitik, Unternehmensverfassung, Unternehmenskultur und Corporate Identity)</li> <li>• Unternehmensethik und Corporate Citizenship</li> <li>• Ansätze der Unternehmenssteuerung (Shareholder Value, Stakeholder-Ansatz, Kennzahlen als Steuerungsgrößen, Balanced Scorecard)</li> <li>• Ausgewählte Managementsysteme (z. B. TQM, Business Reengineering)</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung (ergänzt um Fallstudien, Gruppendiskussion und Referate)
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastvorträge
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bleicher, K. (2004): Das Konzept integriertes Management, Frankfurt/New York.</li> <li>• Bleicher, K. (1994): Normatives Management. Politik, Verfassung und Philosophie des Unternehmens, Frankfurt/New York.</li> <li>• Kreikebaum, H. (1996): Grundlagen der Unternehmensethik, Stuttgart</li> </ul>

<b>Strategisches Management</b>	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	41453
Veranstaltungsbezeichnung	Strategisches Management
Semester/Trimester	4. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name der/ des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Fischer
Unterrichts-/Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	3
Workload und ihre Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	90 Stunden Plenumsveranstaltungen: 30 Std. Selbststudium, Vor- und Nachbereitung: 60 Std.
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	2,29%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Ziel dieser Lehrveranstaltung ist die Erarbeitung der Grundlagen des strategischen Managements. Hierzu zählen die kritische Auseinandersetzung mit verschiedenen Ansätzen zur Strategieentwicklung, Strategieanalysen, Instrumente der strategischen Planung, ausgewählte Strategiemodelle sowie Probleme der Strategieimplementierung. Die Studierenden lernen Grundsätze für ein effektives strategisches Management kennen. Sie sind in der Lage, Geschäftssituationen zu analysieren, situationsgerecht geeignete strategische Planungsinstrumente und Strategiemodelle auszuwählen und anzuwenden.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Elemente des strategischen Managements</li> <li>• Der strategische Rahmen</li> <li>• Interne und externe Analyse</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das strategische Zielsystem einer Unternehmung</li> <li>• Strategieentwicklung (Produkt-Markt-Strategien, Wettbewerbsstrategien, Wachstumsstrategien)</li> <li>• Strategieimplementierung und –kontrolle</li> <li>• Spezielle Elemente und Probleme des strategischen Managements</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung (ergänzt um Fallstudien, Gruppendiskussion und Referate)
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastvorträge
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bea, F.X.; Haas, J. (1997): Strategisches Management, Stuttgart/Jena.</li> <li>• Day, G.S.; Reibstein, G.(1998): Wharton zur dynamischen Wettbewerbsstrategie, Düsseldorf/München.</li> <li>• Hinterhuber, H.H.: Strategische Unternehmensführung, Teil I und Teil II, Berlin/New York.</li> <li>• Porter, M.: Wettbewerbsstrategie, Frankfurt 1990</li> <li>• Welge, M.: Al-Laham, A. (2004): Strategisches Management, Wiesbaden</li> </ul>