

Modulbeschreibung

Code VI.5.6.	Modulbezeichnung IHL-6/MKT7: IHL-7: Kooperationsmanagement
------------------------	----------------------------------------------------------------------

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden verstehen die Zusammenhänge und Schnittstellen in der Wertschöpfungskette, und sie kennen unterschiedliche Wertschöpfungsarchitekturen. Es wird darauf aufbauend ein Bezugsrahmen für das Design und die Evaluation von Kooperationen entwickelt, den die Studierenden verstehen und anwenden können. Schließlich kennen die Studierenden unterschiedliche Erscheinungsformen von marktorientierten Wertschöpfungs Kooperationen in der Praxis und können diese analysieren und bewerten.</p>
<p>Inhalte Es werden marktbezogene Kooperationsmodelle zwischen Industrie- und Handelsunternehmen in der Wertschöpfungskette theoretisch analysiert und am praktischen Beispiel veranschaulicht. Es wird ein theoretischer Bezugsrahmen zum Kooperationsmanagement vermittelt. Das Modul gewährt schließlich Einblicke in unterschiedliche Kooperationsmodelle in der Praxis.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Die Inhalte werden in zumeist interaktiven Vorlesungen vermittelt. Durch zahlreiche praktische Beispiele und durch die Integration von Fallstudien werden Bezüge zu realen Erscheinungsformen von Kooperationen in der Wertschöpfungskette hergestellt. Zudem werden Vorträge von Referenten aus der Praxis eingebunden. Im Rahmen der Veranstaltung ist ein Referat zu erstellen und zu präsentieren. Es werden (nicht in jedem Semester) Exkursionen durchgeführt.</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Es werden keine Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium in den ersten vier Semestern erworbenen Kompetenzen hinausgehen.
Vorbereitung für das Modul	Siehe dazu die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Teil der Vertiefungsprogramme „Marketing“ sowie „Industrie/Handel/Logistik“. Außerdem gut geeignet für das Programm „Ganzheitliche Unternehmensführung“.
Einsatz in anderen Studiengängen	Geeignet für Studierenden der betriebswirtschaftlichen Bachelorstudiengänge, des Bachelorstudiengangs Volkswirtschaftslehre und des Masterstudiengangs Internationales Management.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Im Rahmen der Veranstaltung wird auch auf die Chancen von kooperativen Ansätzen zur ökologieorientierten Optimierung von Wertschöpfungsketten im internationalen Kontext eingegangen. Gleiches gilt für soziale Fragestellungen im Sinne des Fair Trade sowie der Arbeitsbedingungen in Produktion, Logistik und Handel. Konzeption und Ausgestaltung von Kooperationen haben zudem einen sehr großen Einfluss auf die ökonomische Effizienz und Effektivität der beteiligten Unternehmen. Schließlich sind Aspekte der Einbindung von Mitarbeitern und Kooperationspartnern sowie die Beziehungsqualität zwischen Kooperationspartnern wesentliche soziale Fragestellungen, die für den Erfolg von Kooperationen von herausragender Bedeutung sind.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60) / Referat	70 % / 30%

Organisation

Modulverantwortliche/ Prof. Dr. Dirk Funck		
Modulart Wahlfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 6
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 90 Std. / 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 60 Std. / 30 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 50 Std. / 25 %

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach

Die Studierenden bekommen einen theoretisch fundierten Überblick über die Entstehungsgründe von Kooperationen und lernen einen Bezugsrahmen zum Design und zur Bewertung von Kooperationen kennen. Darüber hinaus lernen die Studierenden unterschiedliche Erscheinungsformen von Kooperationen in der Praxis kennen und können diese bewerten.

Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf Systeme

Aus dem übergeordneten Blick auf die gesamte Wertschöpfungskette werden Schnittstellen zwischen Unternehmen erkannt sowie Kooperationskalküle und -felder durchleuchtet. Betrachtet werden dabei die Ebenen „Ware/Produkt“, „Geld“ und „Information“. Die Studierenden sind in der Lage, Erscheinungsformen von Kooperationen in der Praxis zu verstehen, zu bewerten und weiterzuentwickeln.

Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen der Selbstorganisation

Die Studierenden befassen sich selbstständig mit der Literatur zum Kooperationsmanagement. Sie sind in der Lage, diese in Verbindung mit den Vorlesungsinhalten zu bringen und zu erkennen, wie ein Kooperationsdesign und praktische Erscheinungsformen von Kooperationen gestaltet und bewertet werden können.

Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Umgang mit Anderen

Die Studierenden diskutieren in der Lehrveranstaltung mit den anderen Mitgliedern der Gruppe und Referenten aus der Praxis über die Ursachen und Gestaltungsmöglichkeiten von Kooperationen in der Wertschöpfungskette. Sie können ihre Auffassungen artikulieren und im Disput mit gegenteiligen Meinungen vertreten. Im Rahmen von Präsentationen werden Gruppenlösungen im Team vorgestellt und ein vertiefendes Referat gehalten.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Wertschöpfung, Wertschöpfungskette, Wertschöpfung und Nachhaltigkeit
- Theoretischer Bezugsrahmen zum Kooperationsmanagement (Umfeldanalyse, Kooperationsdesign, Erfolgsfaktoren, Instrumente, Evaluation des Kooperationserfolgs).
- Praktische Erscheinungsformen von Kooperationen (z.B. Franchising Verbundgruppen , ECR, Vertikales Flächenmanagement, Joint Ventures)

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag des Dozenten, Gastreferenzen, Diskussionen, Gruppenarbeiten und -präsentationen, Handout, Referat

Literatur/Lehrmaterial

- **Ahlert, M.; Backhaus, C.; von Rath, I. (2010):** Network Profit Chain – Beziehungsqualität in kooperativen Unternehmensnetzwerken, in: Ahlert, D.; Ahlert, M.: Handbuch Franchising und Cooperation, Frankfurt, S. 663 – 711.
- **Bach, N., Brehm, C., Buchholz, W., Petry, T. (2012):** Wertschöpfungsorientierte Organisation, Wiesbaden.
- **Funck, D. (2010):** Kooperationen als Erfolgsfaktor im mittelständischen Einzelhandel, in: Gutknecht, K.; Stumpf, J.; Funck, D.: Erfolgreich im mittelständischen Einzelhandel, in Wolnzach, S. 51 – 60.
- **Haar, A.; Hachmeister & Partner (Hrsg., 2011):** Erfolgsstrategien der Fashion-Branche - Von den besten lernen, Bielefeld.
- **Lerchenmüller, M. (2007):** Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Franchising, in: Giesler, Nauschütt, J.P. (Hrsg.): Franchiserecht, 2. Aufl., Luchterhand, S. 37 – 169.
- **Scheer, L. (2008):** Antezedenzen und Konsequenzen der Koordination von Unternehmensnetzwerken – eine Untersuchung am Beispiel von Franchise-Systemen und Verbundgruppen, Wiesbaden.
- **Wohlgemuth, O. (2002):** Management netzwerkartiger Kooperationen, Wiesbaden.
- **Zentes, J.;** Swoboda, B.; Morschett, D. (2005): Kooperationen, Allianzen und Netzwerke, 2. Auflage, Wiesbaden.
- Handout sowie in der Veranstaltung herausgegebene Texte und Materialien.