

Modulbezeichnung

III.3 Unternehmensführung/ Internationales Management

Organisation

Modulverantwortliche/r:
Prof. Dr. Dr. Ernst

Modulart:

Pflichtfach

ECTS-Punkte:

5

Doppelstunden:

12

Prüfungsleistungen

Art:

K 90

Lernziele

Die Studierenden kennen die verschiedenen Rollenbilder im Management sowie die Aufgaben der Manager. Aus einer systemischen Sicht können sie, insbesondere vor dem Hintergrund von Managementmoden und der Managementforschung, bewerten, wie sich der Erfolg der Managementtätigkeit ermitteln lässt. Die bedeutsamsten Teilaufgaben der Unternehmensführung sind bekannt.

In der Veranstaltung Internationales Management erhalten die Studierenden einen aktuellen Überblick, welche Managementtechniken im internationalen Kontext eingesetzt werden, um die makroökonomische Rahmenbedingungen, die Markt- und Wettbewerbssituation, die Kundenperspektive und die Erfolgsfaktoren kennen zu lernen.

Modulelemente

- Unternehmensführung

- Internationales Management

Dozent/in:

Prof. Dr. Ulrich Sailer

Prof. Dr. Dr. Dietmar Ernst

Beschreibung 1. Modulelement

III.3 Unternehmensführung

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Ulrich Sailer	Status: Professor
ECTS-Punkte: 2,5	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

Grundlagen des Managements

- Aufgaben im Management
- Was ist ein erfolgreicher Manager
- Managementdenker und Managementmoden
- Managementwissenschaft

Aufgaben der Unternehmensführung

- Umfeld und Auftrag des Managements
- Ziele setzen und planen
- Pläne umsetzen: Struktur, Prozesse und Kultur
- Mitarbeiter führen

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen
- ⇒ Fallstudien

Literatur/Lehrmaterial

Sailer, U.: Management – Komplexität verstehen: Systemisches Denken, Business Modeling, Handlungsfelder nachhaltigen Erfolgs, Compendium für Führungskräfte, Stuttgart 2012

Jung, R. et al: Allgemeine Managementlehre – Lehrbuch für die angewandte Unternehmens- und Personalführung, 6. Auflage, Berlin 2016

Malik, F.: Führen Leisten Leben: Wirksames Management für eine neue Welt, Frankfurt/ New York 2014

Steinmann, H.; Schreyögg, G.: Management, 7. Auflage, Wiesbaden 2013

Beschreibung 2. Modulelement

III.3 Internationales Management

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Dr. Dietmar Ernst	Status: Professor
ECTS-Punkte: 2,5	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

1. Analyse des makroökonomischen Umfeldes
 - Bedeutung des makroökonomischen Umfelds
 - Analyse des politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und technologischen Unternehmensumfeldes (PEST-Analyse)
 - Analyse von quantitativen volkswirtschaftlichen Daten
 - Analyse der Stakeholder
2. Analyse des Markt- und Wettbewerbsumfeldes
 - Abgrenzung des Marktes
 - Analyse der fünf Wettbewerbskräfte
 - Die Entwicklung von Struktur und Verhalten im Lebenszyklus einer Branche
3. Kritische Erfolgsfaktoren - die Kundenperspektive
 - Kundenbindung
 - Bewertung der Kundenbeziehungen
4. Analyse des Unternehmens
 - Analyse der strategischen Fähigkeiten
 - Analyse der strategischen Stoßrichtung
 - Analyse der Kernkompetenzen
 - Analyse der Markteintrittsstrategien

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Fallstudie**

Literatur/Lehrmaterial

Dülfer, Eberhard; Jöstingmeier, B.: Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen, 7.Aufl., München/Wien, 2008

Kutschker, Michael; Schmid, Stefan: Internationales Management, 6. Auflage, München-Wien, 2008

Perlitz, Manfred: Internationales Management, 5. Auflage, Stuttgart, 2004

Welge, Martin K.; Holtbrügge, Dirk: Internationales Management, 4., Aufl., Stuttgart, 2006

Fuchs, M.; Apfelthaler, G.: Management Internationaler Geschäftstätigkeit, 2. Aufl. München u.a., 2008

Backhaus,K.; Büschken,J.; Voeth,M.: Internationales Marketing, 5. Aufl., Stuttgart, 2003

Barsauskas, Petras; Schafir, Schlomo: Internationales Management, München/Wien, 2002

Kreikebaum, Hartmut u.a.: Organisationsmanagement internationaler Unternehmen, 2., Wiesbaden, 2002

Müller, Stefan; Kornmeier, Martin: Strategisches Internationales Management, München, 2001

Scherm, Ewald; Süß, Stefan: Internationales Management, München, 2001

Zentes, Joachim u.a.: Kooperationen, Allianzen und Netzwerke, 2. Aufl., Wiesbaden, 2005