

DPM 414 Geschäftsmodell- und Strategieentwicklung

Studiengang	Digitalisierung, Prozessoptimierung & Management (DPM)
Akademischer Grad	B.A.

Modulbezeichnung lt. SPO	Geschäftsmodell- und Strategieentwicklung
Modulbezeichnung engl.	Business Strategy
Modul Nr.	DPM 414
Modul Gruppe	Unternehmensführung

Veranstaltungssprache	deutsch
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thomas Stauffert
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Stauffert

Studienabschnitt	2. Studienjahr
Semester	4. Semester
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Dauer	1 Semester
Modultyp	Pflichtmodul
Verwendung des Moduls	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG

Credits nach ECTS	5 ECTS			
	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Arbeitsaufwand (h)	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	2 Gruppen à ca. 60 - 70 Studierende;

	Gesamt	Seminaristischer Unterricht	Seminar	Übung	Projektarbeit
Lehrformen (SWS)	4 SWS	4 SWS	-	-	-

Teilnahmevoraussetzungen	Formal:
	Inhaltlich:
Prüfungsleistung	Schriftliche Prüfung, 60 min.
Prüfungsvorleistung	keine
Geht in die Endnote ein	ja

<p>Lernergebnisse/ Kompetenzen</p>	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Modules verstehen die Student*innen abhängig von ihren individuellen Potenzialen, ihrer Motivation und ihrem Engagement die Funktion der Unternehmenssteuerung und können ausgewählte Methoden und Instrumente der Unternehmens- und Mitarbeiterführung zielbezogen anwenden.</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <p>Die Student*innen sollten kennen und verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Methoden des strategischen Managements, • die Werkzeuge zur Analyse und Planung von Unternehmensstrategien, • die Probleme in der Umsetzung strategischer Maßnahmen in betriebliche Prozesse, • die Inhalte eines Businessplans • die Führung <i>im</i> Unternehmen auf der Basis der Führung <i>von</i> Unternehmen <p>Können (Wissenserschließung):</p> <p>Die Student*innen sollten die Fähigkeiten erworben haben</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Prozess der Strategieentwicklung konzeptionell zu organisieren und durchzuführen, • strategische Handlungsoptionen zu erarbeiten und zu bewerten, • betriebliche Abläufe unter strategischen Gesichtspunkten zu beleuchten und zu hinterfragen • Mitarbeiter in die Erreichung strategischer Zielsetzungen einzubinden • einen tragfähigen Businessplan zu erarbeiten • Mitarbeiter im Sinne der Erreichung von Unternehmenszielen zu führen
<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elemente der strategischen Führung von Unternehmen • Grundverständnis des strategischen Managements • Umwelt- und Wettbewerbsanalyse • Geschäftsfeld- und Unternehmensstrategien • Strategische Optionen für die Entwicklung des Unternehmens • Funktional- und Bereichsstrategien • Instrumente und Vorgehensweisen zur Umsetzung von Strategien • Vorgehen und Probleme bei der Entwicklung eines Businessplans • Mitarbeiterführung als notwendige Voraussetzung zur Erreichung der Unternehmensziele
<p>Medien</p>	<p>Overheadprojektor, Beamer, Tafel, verbale und nonverbale Kommunikation und Interaktion, Online Vorlesungen</p>

Literatur	<p>Skript und Inhaltsübersicht</p> <p>Britzelmaier, Bernd: Wertorientierte Unternehmensführung, Kiehl-Verlag, 1. Auflage, 2009</p> <p>Ehrmann, Harald: Strategische Planung, Kiehl-Verlag, 1. Auflage, 2006</p> <p>Frost, Jetta / Morner, Michéle: Konzernmanagement – Strategien für Mehrwert, Gabler-Verlag, 1. Auflage, 2009</p> <p>Hummel, Thomas R. /Zander Ernst: Unternehmensführung Lehrbuch für Studium und Praxis, Rainer Hampp Verlag, 2. Auflage, 2008</p> <p>Kirsch, Werner: Betriebswirtschaftslehre – Eine Annäherung aus der Perspektive der Unternehmensführung, Gabler-Verlag, 4. Auflage, 1997</p> <p>Kirsch, Werner / Seidl, David / van Aaken, Dominik: Unternehmensführung – Eine evolutionäre Perspektive, Schäffer-Poeschel-Verlag, 1. Auflage, 2009</p> <p>Olfert, Klaus / Pischulti, Helmut, Kompakttraining Unternehmensführung, Kiehl-Verlag</p> <p>Preissler, Peter / Kopp, Michael / Neuberger, Oswald: Unternehmens- und Personalführung, MI-Verlag</p> <p>Schreyögg, Georg / Koch, Jochen: Grundlagen des Managements: Basiswissen für Studium und Praxis, Gabler-Verlag, 2. Auflage, 2010</p> <p>Schreyögg, Georg / Steinmann, Horst, Management: Grundlagen der Unternehmensführung, Gabler-Verlag, 5. Auflage, 2000</p> <p>Stahle, Wolfgang: Management, Vahlen-Verlag</p>
------------------	---