

DUG 414 Geschäftsmodell- und Strategieentwicklung

Studiengang	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
Akademischer Grad	B.A.				
Modulbezeichnung lt. SPO	Geschäftsmodell- und Strategieentwicklung				
Modulbezeichnung engl.	Business Strategy				
Modul Nr.	DUG 414				
Modul Gruppe	Unternehmensführung und -gründung				
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				
Arbeitsaufwand (h)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	2 Gruppen à ca. 60 - 70 Studierende;	
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Seminaristischer Unterricht	Seminar	Übung	Projektarbeit
	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>
------------------	---