

BWA 700 Unternehmensführung

Studiengang	Betriebswirtschaft (BW)					
Akademischer Grad	B.A.					
Modulbezeichnung lt. SPO	Unternehmensführung					
Modulbezeichnung engl.						
Modul Nr.	BWA 700					
Modul Gruppe	Pflichtmodule 7. Semester					
Veranstaltungssprache	deutsch					
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thomas Stauffert					
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Stauffert / Prof. Dr. Sebastian Pautz					
Studienabschnitt	3. Studienjahr					
Semester	7. Semester					
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester					
Dauer	1 Semester					
Modultyp	Pflichtmodul					
Credits nach ECTS	9 ECTS					
Arbeitsaufwand (h)	Gesamt	Lehrveranstaltung	Selbststudium	geplante Gruppengröße		
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	Pro Veranstaltung (Teil 1 / Teil 2 / Teil 3) ca. 120 170 Studierende		
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Seminaristischer Unterricht	Seminar	Übung	Praktikum	Projektarbeit
	6 SWS	6 SWS	-	-	-	-
Teilnahmevoraussetzungen	Formal: Zugangsvoraussetzung lt. SPO					
	Inhaltlich: Inhalte der ersten beiden Studienjahre					
Prüfungsleistung	Schriftliche Prüfung, 90 min					
Prüfungsvorleistung	keine					
Bewertung der Prüfungsleistung	endnotenbildend					
Bestehenserblich	ja					

<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse</p>	<p><u>1. Teil: Prof. Dr. Thomas Stauffert</u> <u>Unternehmens- / Personalführung (2 SWS):</u></p> <p>Die Studierenden kennen und verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none">• die Personalführung als interdisziplinäres Aufgabengebiet und sind fähig, betriebliche Situationen aufgrund dieses Wissens zu beurteilen.• die Instrumente der Personalführung und besitzen die Fähigkeit, diese auch entsprechend sich wandelnder situativer Faktoren anzuwenden. <p>Sie haben eine Sensibilität für schwierige Führungssituationen erlangt und können sich mit Führungstechniken und –modellen kritisch auseinandersetzen.</p> <p>Sie sind fähig zu situativ adäquatem Führungsverhalten, abhängig von den Potenzialen, der Motivation und vom Engagement des/der jeweiligen Studierenden.</p> <p><u>2. Teil: Prof. Dr. Thomas Stauffert</u> <u>Innovations- / Chancenmanagement (2 SWS):</u></p> <p>Die Studierenden kennen und verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none">• die Notwendigkeit und Charakter von Innovationen,• die Einordnung des Innovationsmanagement in die Unternehmensführung,• die Konzepte und Strategien des Innovationsmanagement,• die Ressourcen und Methoden des Innovationsmanagement sowie• die Organisationsformen des Innovationsmanagement. <p>Sie haben die Fähigkeiten erworben:</p> <ul style="list-style-type: none">• Innovationschancen zu erkennen und zu bewerten,• Innovationsnotwendigkeiten in Innovationsprojekte zu überführen,• die erforderlichen Ressourcen in den Unternehmensumfeldern zu definieren,• mit innovationsrelevanten Akteuren innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu kommunizieren und zu kooperieren,• Innovationswiderstände zu erkennen, zu analysieren und strategisch-präventiv bzw. taktisch-operativ zu überwinden,• Innovationsstrategien zu entwickeln und Instrumente für deren Umsetzung anzuwenden sowie• Innovationsprozesse phasenspezifisch zu managen,• jeweils abhängig von den Potenzialen, der Motivation und vom Engagement des/der jeweiligen Studierenden. <p><u>3. Teil: Prof. Dr. Sebastian Pautz</u> <u>Managementkompetenzen (2 SWS):</u></p> <p>Die Studierenden haben einen Überblick über wichtige Managementkompetenzen erhalten und haben diese in verschiedenen Übungen und Fallstudien während der Veranstaltungen geübt.</p>
--	--

Inhalte	<p><u>1. Teil: Unternehmens- / Personalführung (2 SWS):</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Führung von Unternehmen vs. Führung im Unternehmen• Führung von Unternehmen: Organisation und Controlling als grundlegende Führungsinstrumente• Führung im Unternehmen zur Führung von Unternehmen• Führungsstile als Leitlinien für die Ausgestaltung der Personalführung• Grundkonzepte zur Gestaltung der Führung im Unternehmen• Unternehmens- und Führungsethik <p><u>2. Teil: Innovations- / Chancenmanagement (2 SWS):</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Determinanten des langfristigen Überlebens von Unternehmen• Grundbegriffe und Theorien des Innovationsmanagement• Innovationshemmnisse im Unternehmen – „Resistance to Change“• Strategisches Innovationsmanagement• Operatives Innovationsmanagement <p><u>3. Teil: Managementkompetenzen (2 SWS):</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Grundlegende Kommunikationsmodelle und Gesprächsführungstechniken• Leiten von Besprechungen• Führen von Konflikt- und Kritikgesprächen• Die Führungskraft als Coach• Moderation von Workshops• Konzipieren von Trainings-Techniken der Verhandlungsführung
Medien	Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart, Overheadprojektor, Pinnwand

Literatur	<p><u>1. Teil: Unternehmens- / Personalführung (2 SWS):</u></p> <p>Hummel, Thomas R. / Zander Ernst: Unternehmensführung Lehrbuch für Studium und Praxis, Rainer Hampp Verlag, 2. Auflage, 2008;</p> <p>Kieser, Alfred / Kubicek, Herbert: Organisation, Schäffer-Poeschel-Verlag, 3. Auflage, 2007;</p> <p>Olfert, Klaus / Pischulti, Helmut, Kompakttraining Unternehmensführung, Kiehl-Verlag, 5. Auflage, 2011;</p> <p>Preissler, Peter / Kopp, Michael / Neuberger, Oswald: Unternehmens- und Personalführung, MI-Verlag, 1. Auflage, 1992;</p> <p>Schanz, Günther: Organisationsgestaltung, Vahlen-Verlag, 2. Auflage, 1995;</p> <p>Schreyögg, Georg: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Gabler-Verlag, 5. Auflage, 2008;</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>Staehe, Wolfgang: Management, Vahlen-Verlag, 8. Auflage, 1999;</p> <p><u>2. Teil: Innovations- / Chancenmanagement (2 SWS):</u></p> <p>Albach, Horst: Innovation und Investition, Wiesbaden 1999;</p> <p>Albers, Sönke/ Herrmann, Andreas: Handbuch Produktmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden 2007;</p> <p>Brockhoff, Klaus: Produktpolitik, 4. Aufl., Stuttgart, 1999;</p> <p>Brockhoff, Klaus: Forschung und Entwicklung. Planung und Kontrolle, 5. Aufl., München, 1999;</p> <p>Crawford, Merle: New Product Management, New York, 2005;</p> <p>Engel, Kai: Innovationsmanagement: Von der Idee zum erfolgreichen Produkt, Heidelberg, 2007;</p> <p>Gerpott, Torsten: Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement: Eine konzentrierte Einführung, Stuttgart, 1999;</p> <p>Hauschildt, Jürgen/Salomo, Sören: Innovationsmanagement, 4. Aufl., München, 2007;</p> <p>Herrmann, Andreas /Homburg, Christian: Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden, 2008;</p> <p>Herstatt, Cornelius/Verworn , Birgit: Management der frühen Innovationsphasen, 2. Aufl., Wiesbaden, 2007;</p> <p>Miles, R. E./Snow, Charles. C.: Organizational strategy, structure, and process, New York, 1978;</p> <p>Roger, Everett M.: Diffusion of Innovations, 5. Aufl., New York, 2003;</p> <p>Urban, Glenn / Hauser, John R.: Design and Marketing of New Products, 2. Aufl., Englewood Cliffs, 1993;</p> <p>Vahs, Dietmar/Burmester, Ralf: Innovationsmanagement, 2. Aufl., Stuttgart, 2002;</p>
------------------	---

	<p>Weule, Hartmut: Integriertes Forschungs- und Entwicklungsmanagement: Grundlagen – Strategien – Umsetzung, München, 2002.</p> <p><u>3. Teil: Managementkompetenzen (2 SWS):</u></p> <p>Fischer, Roger / Ury, William / Patton, Bruce / Egger, Ulrich: Das Harvard-Konzept, Campus-Verlag, 23. Auflage, 2009;</p> <p>Heeper, Astrid / Schmidt, Michael: Pocket Business: Verhandlungstechniken – Vorbereitung, Strategie und Abschluss, Cornelsen-Verlag, 3. Auflage, 2010;</p> <p>Klebert, Karin / Schrader, Einhard / Straub, Walter: Moderationsmethode: Das Standardwerk, indmühle – Verlag, 1. Auflage, 2006;</p> <p>Lenzen, Andreas: Präsentieren – Moderieren: Inhalte überzeugend darstellen und umsetzen. Präsentationsmedien wirkungsvoll einsetzen. Gruppen souverän leiten, Cornelsen-Verlag, 2. Auflage, 2006;</p> <p>Menzel, Wolfgang / Grotzfeld, Svenja / Haub, Christine: Mitarbeitergespräche - Mitarbeiter motivieren, richtig beurteilen und effektiv einsetzen, Haufe-Verlag, 8. Auflage, 2009;</p> <p>Rauen, Christopher: Handbuch Coaching, Hogrefe-Verlag, 3. Auflage, 2005;</p> <p>Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte, rororo-Verlag, 12. Auflage, 2003</p>
--	--