

Modul: Unternehmensentwicklung im globalen Wettbewerb

Semester: 5

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Röchter

Code der Veranstaltung: UEGW

Lehrsprache: Deutsch

ECTS-Punkte: 5

Dozenten: Prof. Dr. Bruse

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 85

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 5/180

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist entweder ein **Referat** oder eine Klausur, im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an. Bevorzugte Prüfungsart ist das Referat.

Zugangsvoraussetzungen:

Gestaltungselemente des Business Development Management

Verwendbarkeit des Moduls:

Value Chain Management, Seminar: Ausgewählte Themen der Betriebswirtschaftslehre

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden kennen die Bedeutung von Innovationen für die Wettbewerbsfähigkeit und verfügen über Kenntnisse der relevanten Handlungsfelder der Innovationsprozesse. Sie sind in der Lage, Anforderungen für Strategien für digitales Marketing zu entwickeln, die auf einem differenzierten Verständnis für Technologien- und Medientrends basieren. Es besteht ein kritisches Verständnis für die Zusammenhänge der Digitalisierung (Auswirkungen auf Gesellschaft und Arbeitswelt) und die Studenten sind in der Lage die Herausforderungen des Business Development zu meistern und die digitale Transformationsstrategie mitzugestalten.

Lehr- und Lernmethodik:

Präsenzveranstaltungen, Gelenktes Eigenstudium, individuelles und kooperatives Lernen, Diskussion von Fallstudien, Lösung von Übungsaufgaben, Referat.

Besonderes:

-

Inhalt des Moduls:

- 1 Entwicklung neuer Strategien
 - 1.1 Innovationsmanagement und Design Thinking
 - 1.2 Produktmanagement und digitales Marketing
 - 1.3 Wertschöpfungsmanagement
 - 1.4 Digitalisierung und digitale Transformation

- 2 Organisationsentwicklung
 - 2.1 Methoden und Instrumente der Organisationsentwicklung
 - 2.2 Gestaltung von Veränderungsprozessen / Change Management
 - 2.3 Kommunikation von Veränderungsprozessen / Kulturveränderung im Unternehmen

- 3 Unternehmensführung im globalen Wettbewerb
 - 3.1 Internationale Geschäftsbeziehungen / Netzwerke
 - 3.2 Interkulturelle Unternehmensführung

Grundlegende Literaturhinweise:

Kreutzer, R.T.T., Neugebauer, T. und A. Pattloch, Digital Business Leadership: Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management, Wiesbaden 2017

Macharzina, K. und J. Wolf, Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen; Konzepte - Methoden – Praxis, Gabler, 10., vollst. überarb. u. erw. Aufl. Wiesbaden 2018

Schiersmann, Chr. und H.-U. Thiel, Organisationsentwicklung: Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen, Gabler, 5. Aufl. Wiesbaden 2018

Ergänzende Literaturempfehlungen:

Liebetruth, Th., Prozessmanagement in Einkauf und Logistik: Instrumente und Methoden für das Supply Chain Process Management, Gabler, Wiesbaden 2016

Völker R. und A. Friesenhahn (Hrsg.), Innovationsmanagement 4.0: Grundlagen - Einsatzfelder – Entwicklungstrends, Kohlhammer 2018

Bruse, H., Management internationaler Geschäftsbeziehungen. Work smarter – Bildung von Unternehmensnetzwerken, BoD, Norderstedt 2014