

Management Tools

Bereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modulnummer 37 - Version vom 04.10.2006

Modulgruppe

Betriebswirtschaftslehre/Management

Studienprogramm

Bachelor: BM, IB@M

Mission Statement

To contribute to the development of the student's knowledge and understanding in terms of management tools and concepts and non-subject related competences in terms of instrumental, interpersonal and systemic learning outcomes to make the student employable today and tomorrow.

Zur Entwicklung des Wissens und Verstehens des Studierenden in Ergänzung zu den Management Konzepten und den überfachlichen Kompetenzen hinsichtlich der instrumentellen, interpersonellen und systemischen Lernergebnissen beizutragen, um die Arbeitsmarktfähigkeit des Studierenden zur Zeit und in der Zukunft sicher zu stellen.

Niveaustufe

2

Lehrziele

1. Deepening and widening of theory and practice of management by understanding the underlying concepts.
Vertiefung und Verbreiterung des theoretischen und praktischen Wissens und Könnens durch das Verstehen der Managementtools.
2. Identifying and making use of the linkages between concepts and tools of management.
Erkennen und Anwenden von Managementtools und ihrer Verbindungen.
3. Fostering of personal skills, in particular study skills, working with others, conceptual thinking, presentation and communication skills, managing yourself.
Förderung der persönlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten, insbesondere das Arbeiten in Gruppen, konzeptionelles Denken, Präsentieren und Kommunizieren, Selbstmanagement.
4. Getting used to working with a variety of media (including a learning space) and applying various teaching and learning skills.
Arbeiten mit verschiedenen Medien (einschl. Lernplattform), Anwendung unterschiedlicher Lehr- und Lernfähigtechniken.

In der englischsprachigen Veranstaltung zusätzlich:

5. Applying and improving your English language skills as regards listening, comprehension, speaking and writing. Opportunity to have your proficiency of English certified for the labour market (TOEIC)

Lerninhalte

Part I: Introduction

1. Terms: Understanding each other
2. Overall View: Understanding Strategy Development
3. The Linkage: Tools and Concepts

Part II: Analysis: The Strategic Position

4. Concepts: JIT, Quality, Benchmarking, Value Chain, SCM
5. Tools to define the Environment
6. Tools to identify the Strategic Capability
7. Tools to reveal Expectations and Purposes

Part III: Alternatives: Strategic Choices

8. Concepts: Growth, Globalisation, Mergers, Acquisitions and Alliances
9. Tools at Corporate Level
10. Tools at Business Level
11. Tools to choose Directions and Methods of Development

Part IV: Implementation: Strategy into Action

12. Concepts: Project Management, Strategy in the New Millennium
13. Tools to Enable Success
14. Tools to Manage Strategic Change

In der deutschsprachigen Version:

1. Einführung, Organisation
2. Strategieentwicklung
3. Portfoliomanagement
4. Wertschöpfungsmanagement
5. Frühaufklärung, Szenario
6. Wettbewerbsanalyse
7. SWOT-Analyse
8. Projektmanagement
9. Innovationsmanagement
10. Vertriebsmanagement / -planung
11. Fallstudie
12. Umsetzungskompetenz

Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

- present tools to design a strategy and to develop business organisations strategically
- können Tools präsentieren, um eine Strategie zu entwerfen und um Organisationen strategisch zu entwickeln
- interpret alternative tools to make a choice
- können alternative Werkzeuge beurteilen, um eine Wahl zu treffen
- outline consequences of strategic decisions
- können Konsequenzen strategischer Entscheidungen beschreiben

Wissensvertiefung

- apply tools to implement a strategic development successfully
- können Werkzeuge einsetzen, um erfolgreich eine strategische Entwicklung anzustossen
- identify and interpret strategic issues in different contexts
- können strategische Themen in unterschiedlichen Zusammenhängen erkennen und interpretieren
- realise how strategy development can be seen, how processes can be understood and what the implications are for strategy development
- können erkennen, wie strategische Entwicklungen gesehen, Prozesse verstanden werden können und welche Implikationen sich daraus für die Strategieentwicklung ergeben
- differentiate between strategic management in different contexts
- können strategisches Management in unterschiedlichen Zusammenhängen differenzieren

Können - instrumentale Kompetenz

- apply techniques of strategic analysis
- können Techniken der Strategieberatung anwenden
- apply techniques to select adequate strategies
- können Techniken anwenden, um angemessene Strategien auszuwählen
- apply techniques to implement strategy
- können Techniken anwenden, um Strategien umzusetzen

Können - kommunikative Kompetenz

- use different viewpoints on strategy to explain observable processes in organisations
- können unterschiedliche Standpunkte vertreten, um beobachtbare Prozesse in Organisationen zu erklären
- explain implications of different scenarios and different strategies
- können Implikationen unterschiedlicher Szenarien und Strategien erklären

Können - systemische Kompetenz

- to demonstrate the impact of national and organisational culture on strategy formulation and implementation
- können den Einfluss der nationalen Kultur und der Unternehmenskultur auf die Formulierung und Umsetzung von Strategien herausstellen
- to apply techniques in specific business positions
- können in speziellen Unternehmenspositionierungen Techniken einsetzen

Lehr-/Lernmethoden

- lectures
- illustrations / case studies
- video
- independent work
- coaching
- e-learning
- e-monitoring
- working in teams
- presentations
- round table discussions

Erwartete Vorkenntnisse

-sound knowledge in primary and secondary activities of the value chain

Modulpromotor

Gehmlich, Volker

Lehrende

Braun von Reinersdorff, Andrea
Franke, Jürgen
Gehmlich, Volker
Rettig, Eberhard
Schinnenburg, Heike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

| Stunden | Workload |
|---------|-----------------------------|
| 25 | Vorlesungen |
| 10 | Illustrations, Case Studies |
| 5 | betreute Kleingruppen |
| 5 | Prüfungen |

Workload Dozentenungebunden

| Stunden | Workload |
|---------|--------------|
| 25 | Referate |
| 80 | Kleingruppen |

Diploma Supplement

Management Tools is one core element of Corporate Strategy. The module aims to develop abilities of critical analysis for organisations operating in a global and national context, drawing on integrated knowledge from prior learning and other modules. It examines theoretical frameworks and practical applications.

Literatur

Johnson, G and Scholes, K.(2002), Exploring Corporate Strategy, 6th edition, Prentice Hall
Keuning, D.(1998), Management - A Contemporary Approach, Pitman
In der deutschsprachigen Veranstaltung:
Schneider, D. / Pflaumer, P. (Hrsg) (2001), Power Tools - Management - Beratungs- und Controllinginstrumente
Schneider, W. / Ossola-Haring, C. (2002), Praxiswissen Management: Tools und Techniken für eine erfolgreiche Unternehmensführung
Simon, H. / von der Gathen, A. (2002), Das große Handbuch der Strategieinstrumente - Werkzeuge für eine erfolgreiche Unternehmensführung

Arbeitsmaterialien

textbook
case studies
e-platform
video

Prüfungsanforderungen

Wissen, verstehen, anwenden, kommunizieren und umsetzen der Management Tools aus unterschiedlichen Gesichtspunkten unter Beachtung kritischer und kreativer Bewertungen.

Prüfungsform

Hausarbeit/Klausur - 2-stündig/Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

reflects the contents and methods of the semester work, documented in the learning outcomes and assesses how the learning outcomes have been achieved
Klausur obligatorisch; Hausarbeit und/oder Referat können nach Absprache in der Fachgruppe als Ergänzung angeboten werden.

Dauer

1 Semester

Qualitätssicherung

Evaluation

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Max. Teilnehmer

35

Sprache der Veranstaltung

Deutsch/Englisch

Lehrraumausstattung

Beamer, TV mit Videogerät, Internetzugang, OHP

Ressourcenbedarf

Laptop, Beamer, TV mit Videogerät, Internetzugang, OHP