

6140 Strategische und operative Unternehmensführung

Fachrichtung: Wirtschaftswissenschaften

Studiengang: Wirtschaftsingenieur/in Eisenbahnwesen (Bachelor of Engineering)

Wirtschaftsingenieur/in Verkehr, Transport, Logistik (Bachelor of Engineering)

Modul-Nr.: 6140	Modulname: Strategische und operative Unternehmensführung	Status: Pflichtmodul	Niveaustufe/ empf. Semester: 1/6
Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Norbert Drees	Dozenten: Diverse Prof. der FR W	Art der Lehrveranstaltung/en: Vorlesung	
Einzelveranstaltungen des Moduls: 6141 - Unternehmensführung 6142 - Marketing 6143 - Personalmanagement			
Dauer und Häufigkeit des Angebots: 1 Semester, jedes Sommersemester			
Nutzung durch weitere Studiengänge: Die Veranstaltung kann auch von anderen Studiengängen jederzeit besucht werden. Auch die Teilnutzung nur des Modulteils „Marketing“ ist möglich. Für letzteres Teilmodul werden bei Bestehen der Teilklausur „Marketing“ 3 Credits zuerkannt.			
Voraussetzung für die Teilnahme/ Hinweise zur Vorbereitung: Kenntnis Grundlagen der BWL (1060/4140)			
Zuordnung zu Teilgebieten/ Beziehung zu Folgemodulen: keine			
Lern- und Qualifikationsziele: <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden haben einen Überblick über die grundlegenden instrumentellen und strategischen Ansatzpunkte einer modernen Marktbearbeitung und Unternehmensführung sowie über die elementaren personalwirtschaftlichen Aufgabenfelder und die Einsatzmöglichkeiten der personalwirtschaftlichen Führungsinstrumente in den Unternehmen - Sie besitzen ein Problembewusstsein für die grundsätzliche Notwendigkeit einer strukturierten und systematischen Entscheidungsfindung im Unternehmen. - Sie sind in der Lage, spezifische unternehmerische Problemstellungen den entsprechenden Funktionalbereichen zuzuordnen und die wichtigsten Instrumente hinsichtlich ihrer zielorientierten Eignung zu bewerten. 			
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> - Marktorientierung als Leitkonzept im Unternehmen - Konzeptionelle und strategische Grundlagen der Unternehmensführung - Formen und Leistungsprofile der Instrumente in der Marktbearbeitung - Führungskonzepte und -instrumente als Grundlage nachhaltigen Unternehmenserfolges 			
Veranstaltungszeiten: 4 SWS	Workload: 60 Std. Vorlesung (Präsenz) 85 Std. Nachbereitung und Literaturstudium 35 Std. Klausurvorbereitung ergibt total 180 Std. Workload	Veranstaltungsorte: Hörsaal	
Sprache: Deutsch	Leistungsnachweis/Prüfungsvorleistungen: (Voraussetzung für Vergabe von Credits) <ul style="list-style-type: none"> • Keine Benotete Prüfungsleistung: <ul style="list-style-type: none"> • Klausur (120 Minuten) mit Inhalten aus allen 3 Veranstaltungen Die Modulnote ergibt sich zu 25% aus Unternehmensführung, 50% aus Marketing und 25% aus Personalmanagement		Credits (ECTS): 6 Wichtung für die SG-Gesamtnote: 4,0 %

Beschreibung der Einzelveranstaltungen des Moduls

6141 - Unternehmensführung

Veranstaltungstitel	Unternehmensführung
Dozent/in	N.N.
Fach-Nr. (Modul)	6141 (6140)
Studiensemester	6.
Status	Pflichtmodul
Veranstaltungsform	Vorlesung
Max. Teilnehmerzahl	200
Anmeldung	keine
Präsenzzeiten	1 SWS
Workload	15 Std. Vorlesung Unternehmensführung 20 Std. Nachbereitung und Literaturstudium 10 Std. Klausurvorbereitung
Lernziele im Kompetenzrahmen	Vermittlung der Grundlagen der Managementlehre; Verständnis für das mehrdimensionale unternehmerische Zielsystem und den strategischen, nachhaltig wirksamen Planungsprozess
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Managementlehre • Unternehmerisches Zielsystem – Shareholder, Stakeholder – Unternehmensethik • Strategische Unternehmensplanung – Umfeld- und Unternehmensanalyse • Wachstumsstrategien – Wettbewerbsstrategien • Produktstrategien • Innovationsprozess • Instrumente der Unternehmensführung • Nachhaltigkeitsmanagement
Veranstaltungsunterlagen / Empfohlene Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Hungenberg, H., Wulf, H.Th., Grundlagen der Unternehmensführung, Springer-Verlag, 3. Aufl., Berlin 2007 • Carl, N., Kiesel, M., Unternehmensführung, 2. Aufl., Verlag Moderne Industrie, Landsberg/Lech 2002 • Thommen, J.-P., Achleitner, A.-K., Allgemeine Betriebswirtschaftslehre - Einführung aus managementorientierter Sicht -, 7. Aufl., Verlag Gabler, Wiesbaden 2012 • Macharzina, K., Unternehmensführung, 9. Aufl., Verlag Gabler, Wiesbaden 2015
Leistungsnachweise, die nicht in die Modulnote einfließen	keine

Beschreibung der Einzelveranstaltungen des Moduls

6142 - Marketing

Veranstaltungstitel	Marketing
Dozent/in	Prof. Dr. Norbert Drees
Fach-Nr. (Modul)	6142 (6140)
Studiensemester	6.
Status	Pflichtmodul
Veranstaltungsform	Vorlesung
Max. Teilnehmerzahl	200
Anmeldung	keine
Präsenzzeiten	2 SWS
Workload	30 Std. Vorlesung Marketing 45 Std. Nachbereitung und Literaturstudium 15 Std. Klausurvorbereitung
Lernziele im Kompetenzrahmen	Kennenlernen der wichtigsten Instrumentalbereiche und ihrer Ausprägungen sowie ihrer Einsatzmöglichkeiten
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtkonzept der Instrumentalbereiche des Marketings • Operative Instrumente der Marktbearbeitung • Schnittstellen und Integration der Einzelinstrumente • Instrumente der Marktanalyse • Aspekte des Konsumentenverhaltens
Veranstaltungsunterlagen / Empfohlene Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Homburg, C., Marketingmanagement, 6. Aufl., Wiesbaden 2017 • Kreutzer, R.T., Praxisorientiertes Marketing, 5. Aufl., Wiesbaden 2017. • Meffert, H., Burmann, C. u. Kirchgeorg, M., Marketing, 12. Aufl., Wiesbaden 2015 • Sander, M., Marketing-Management, 2. Aufl., Konstanz 2011
Leistungsnachweise, die nicht in die Modulnote einfließen	keine

Beschreibung der Einzelveranstaltungen des Moduls

6143 - Personalmanagement

Veranstaltungstitel	Personalmanagement
Dozent/in	N.N.
Fach-Nr. (Modul)	6143 (6140)
Studiensemester	6.
Status	Pflichtmodul
Veranstaltungsform	Vorlesung
Max. Teilnehmerzahl	200
Anmeldung	keine
Präsenzzeiten	1 SWS
Workload	15 Std. Vorlesung HR-Management 20 Std. Nachbereitung und Literaturstudium 10 Std. Klausurvorbereitung
Lernziele im Kompetenzrahmen	Kennen der elementaren personalwirtschaftlichen Aufgabenfelder und personalwirtschaftlichen Führungsinstrumente sowie ihrer Einsatzmöglichkeiten in den Unternehmen theoretische und rechtliche Grundlagen der Personalarbeit anwenden können
Inhalte	Zum Wandel im Rollenverständnis des Personalmanagements Personalmanagement im Spannungsfeld zwischen Kosten- und Leistungsorientierung Die elementaren Aufgabengebiete des Personalmanagement (u.a. Modelle und Arten der Personalplanung, Personalbeschaffung, Personaleinsatz und -entwicklung) Personalwirtschaftliche Führungsinstrumente (u.a. materielle Mitarbeiterbeteiligung, Personalbeurteilung etc.) Personalfreisetzung Aspekte zur Zukunft des Personalmanagements
Veranstaltungsunterlagen / Empfohlene Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Albach, Horst: Personalmanagement, 2003 • Hohlbaum, Anke; Olesch, Gunther: Human Resources, 3. Aufl. 2008 • Lazear, Edward, P.; McNabb, Robert: Personnel Economics, 2004 • McCourt, Willy; Eldridge, D.: Global Human Resource Management, 2004 • Scholz, Christian: Grundzüge des Personalmanagements, 2. Aufl. 2014
Leistungsnachweise, die nicht in die Modulnote einfließen	keine