



Lehrveranstaltungen

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Management

Prof. Dr. Andreas Engelen

Stand: Januar 2020

hhu

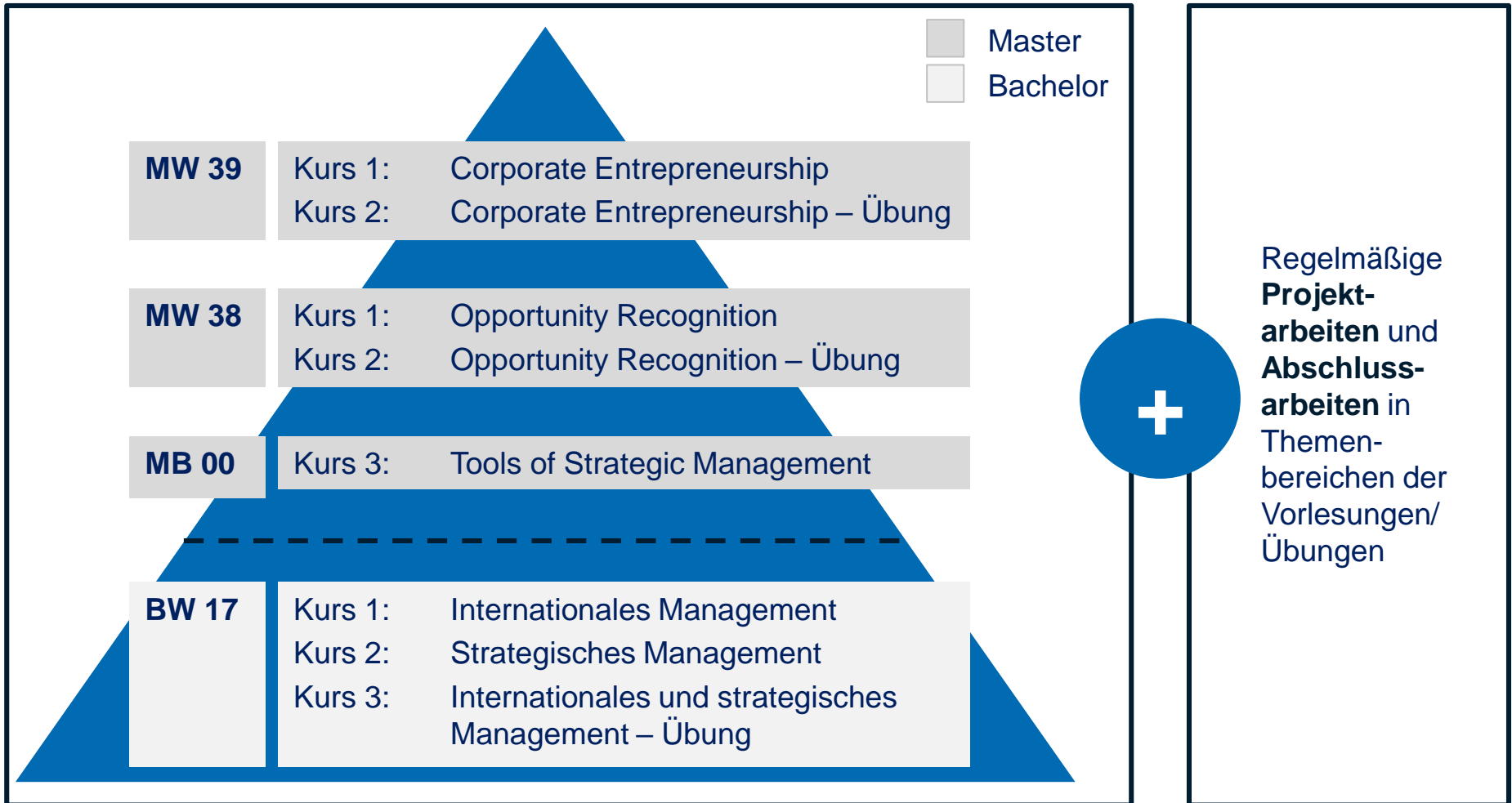
Lehrstuhl für BWL,
insb. Management



Executive Summary

- Unser übergeordnetes Ziel in der Lehre besteht darin, **Studierende für Themen des Management zu begeistern** und den Wert theoretischer Konzepte und Tools für praktische Management-Herausforderungen aufzuzeigen
- Wir bieten Lehrveranstaltungen im **Bachelor und Master** an. Unser Ziel im Bachelor besteht darin, Studierenden die **Grundzüge des internationalen und strategischen Managements** zu vermitteln. Im Master fokussieren wir auf Themen, die die **Entstehung neuen Geschäfts** in etablierten Unternehmen erklären
- Unsere Lehre hat den Anspruch, **theoretische Konzepte und Tools** praxisorientiert anzuwenden. Wir wollen damit die **Brücke** zwischen aktueller wissenschaftlicher Forschung und relevanten **Herausforderungen von Entscheidungsträgern** schlagen
- Ergänzt werden unsere Kernvorlesungen durch **Projektarbeiten und Abschlussarbeiten**, insbesondere zu **aktuellen Themen des Management** (wie Data Analytics in Management, Digital Transformation)

Übersicht der regelmäßig angebotenen Lehrveranstaltungen am Lehrstuhl BWL, insbesondere Management



Anmerkungen: Alle Kurse umfassen 2 SWS (sowohl Vorlesungen als auch Übungen). Opportunity Recognition und Tools of Strategic Management werden in englischer Sprache gehalten, alle anderen Kurse auf Deutsch.

Internationales Management – Übersicht zur Vorlesung

Kernziele

- Vermittlung der **Rolle von nationaler Kultur** für Unternehmenstätigkeiten und Möglichkeiten der Beschreibung und des **Vergleichs von nationalen Kulturen**
- Erkennen der **Implikationen** der internationalen Unternehmenstätigkeit für die **strategische Positionierung** von Unternehmen
- Schaffung eines Verständnisses von **strategischen Fragestellungen bei Markteintritten in andere Nationen**

Internationales Management

Bachelor (BW17,
Kurs 1, 2 SWS,
deutsch)

Sommersemester

Inhalte

1. Einführung in das internationale Management
2. Management und nationale Kultur
 - 2.1 Nationale Kultur
 - 2.1.1 Zum Begriff der nationalen Kultur
 - 2.1.2 Kulturdimensionen
 - 2.2 Ausgewählte Besonderheiten im interkulturellen Management
3. Internationalisierungsstrategien
 - 3.1 Strategische Überlegungen der Internationalisierung
 - 3.2 Marktwahl
 - 3.3 Markteintrittsform und -zeitpunkt
 - 3.4 Implementierung

Behandelte Beispielunternehmen (Auswahl)

- Walmart, IKEA, Netflix, Intel, Coca-Cola, Starbucks

Strategisches Management – Übersicht zur Vorlesung

Strategisches Management

Bachelor (BW17,
Kurs 2, 2 SWS,
deutsch)
Sommersemester

Kernziele

- Schaffung eines Verständnisses von **Fragestellungen und Abgrenzung des strategischen Managements**
- Vermittlung von **Methoden für strategische Analysen** des **externen** Umfelds und der **internen** Kompetenzen sowie Integration in **Gesamtsicht**
- Ableitung von **Strategien auf Geschäftsfeld- und Unternehmensebene**

Inhalte

1. Einführung
 - 1.1 Definition des strategischen Managements
 - 1.2 Abgrenzung vom operativen und normativen Management
 - 1.3 Prozess der strategischen Planung
2. Strategische Analyse
 - 2.1 Analyse des externen Umfelds
 - 2.2 Analyse der internen Kompetenzen des Unternehmens
 - 2.3 Gesamthafte Betrachtung
3. Strategische Positionierung
 - 3.1 Generische Strategien
 - 3.2 Neuere Ansätze
4. Implementierung der Strategie
5. Besonderheiten bei mehreren Geschäftsfeldern

Behandelte Beispielunternehmen (Auswahl)

- Nokia, Intel, Apple, Microsoft, Walmart, hp, Kodak, Quelle

Tools of Strategic Management – Übersicht zur Vorlesung

Kernziele

- Vermittlung von neuen **Methoden und Konzepten für strategische Analysen** im Management in Anbetracht einer zunehmend komplexen externen Umwelt
- Schaffung eines Überblicks über verschiedene Ansätze, um **Fragestellungen des strategischen Managements** systematisch nachzugehen
- Ableitung von **Strategien auf Unternehmensebene** anhand von detaillierten Fallbeispielen

Inhalte

1. Introduction to new strategy concepts
2. In-dept explanation of concepts
 - 2.1 Ecosystem strategy
 - 2.2 Simple Rules
 - 2.3 Value Migration
 - 2.3 Clockspeed
 - 2.4 Co-opetition
 - 2.5 Hardball
 - 2.6 Rule of Three
 - 2.7 Tornado phenomenon
3. Examples and best practices of tools in business

Behandelte Beispielunternehmen (Auswahl)

- Amazon, Apple, Tencent, Walmart, Zipcar, Zalando, Carmax, McDonald's, Toyota, Nintendo, Intel, Merck

Tools of Strategic Management

Bachelor (MB00,
Kurs 3, 2 SWS,
englisch)
Wintersemester

Opportunity Recognition – Übersicht zur Vorlesung und Übung

Opportunity Recognition

Bachelor (MW38,
Kurs 1 und 2, je 2
SWS, englisch)
Wintersemester

Kernziele

- Vermittlung der **Rolle von Opportunity Recognition für Wachstum** und Erhalt von Unternehmen anhand praktischer Beispiele
- Erlernen von Firmen-, Markt- und Umwelt-bezogenen **Methoden und Werkzeugen zur Opportunity Recognition**
- Verstehen einer **Systematik zur Bewertung und zum Vergleich** der Methoden und Werkzeuge, inkl. welche unter welchen Bedingungen zu bevorzugen sind

Inhalte

1. Introduction to Opportunity Recognition
2. Company-related Tools for Opportunity Recognition
3. Market-related Tools for Opportunity Recognition
4. Environmental Tools for Opportunity Recognition
5. Systematization of Tools for Opportunity Recognition
6. Evaluation and Selection of Opportunities

Behandelte Beispielunternehmen (Auswahl)

- IBM, Compaq, Apple, Milliken and Company, General Electric, Procter & Gamble, dyson

Corporate Entrepreneurship – Übersicht zur Vorlesung und Übung

Corporate Entrepreneurship

Bachelor (MW39,
Kurs 1 und 2, je 2
SWS, deutsch)
Sommersemester

Kernziele

- Vermittlung von Kenntnissen im **Corporate Entrepreneurship**, insb. Beantwortung der Frage, wie etablierte Unternehmen unternehmerisch handeln können
- Kenntnis der **Dimensionen** von Corporate Entrepreneurship (Innovativität, Proaktivität und Risikobereitschaft) sowie ihrer **Erfolgswirkungen**
- Verständnis konkreter **Managementansätze** zur Etablierung entlang der betrieblichen Funktionen Planung, Organisation, Personal, Führung, Kontrolle
- Erkennen der Bedeutung von **Veränderungsmanagement**

Inhalte

1. Einführung in das Thema Corporate Entrepreneurship
2. Grundlagen zum Corporate Entrepreneurship
 - 2.1 Dimensionen von Corporate Entrepreneurship
 - 2.2 Erfolgswirkungen von Corporate Entrepreneurship
3. Managementansätze zur Etablierung von Corporate Entrepreneurship
 - 3.1 Planung
 - 3.2 Organisation
 - 3.3 Personal
 - 3.4 Führung
 - 3.5 Kontrolle
4. Veränderungsmanagement

Behandelte Beispielunternehmen (Auswahl)

- 3M, Apple, Bosch, Cisco, DELO, Gore, IBM, LinkedIn, Twitter, Xerox