



Universität Ulm

Master of Science Wirtschaftswissenschaften (PO 2019)

General Management

Code 8818474375

ECTS-Punkte 3

Präsenzzeit 2

Unterrichtssprache Deutsch

Dauer 1 Semester

Turnus vgl. Vorlesungsplan auf Institutshomepage

Modulkoordinator Professor Dr. Paul Wentges, Institut für Controlling

Dozent(en) Dr. Jörg Sauer, MBA

Einordnung in die Studiengänge Master in Wirtschaftswissenschaften

Vorkenntnisse B. Sc. in Wirtschaftswissenschaften

Lernziele

Management ist eine wichtige, wenn nicht sogar *die* wichtigste Funktion in der modernen Gesellschaft. Management ist lernbar, ein Beruf und ein Handwerk.

Die Studierenden erhalten auf Basis des systemisch-kybernetischen Managementverständnisses einen Überblick über die wesentlichen Aufgaben des *General Managers* einer ergebnisverantwortlichen Einheit. Die ausgewählten Ansätze und Modelle, Methoden und Werkzeuge sind wissenschaftlich fundiert und haben sich in der beratenden sowie der unternehmerischen Praxis bewährt.

Die Vorlesung kombiniert die Vorstellung wesentlicher Inhalte mit der Diskussion von Fragen, Fällen sowie ausgewählter und von den Studenten vorgestellter Artikel im Plenum. Die Studenten schärfen dadurch ihr Verständnis von Management, erlernen die Grundlagen des Managements und schulen ihr kritische Bewertungsfähigkeit hinsichtlich relevanter Managementthemen.

1. Management und Unternehmensführung (Einheit 1, 2)

- a) Einführung und historische Wurzeln, Begriffsbestimmung und „Management versus Leadership“
- b) Management als Führung einer Einheit und als Führung von Personen (nach F. Malik)
- c) Das systemisch-kybernetische Managementverständnis
- d) Systemische Diagnose der Stellhebel des Unternehmens in seiner Umwelt (nach F. Vester und Systems Thinking Approach)
- e) Anwendungen aus der Praxis

2. Strategie (Einheit 3, 4)

- a) Die drei Ebenen des Managements gemäß dem *Strategischen Navigationssystem* (nach A. Gälweiler)
- b) Der „Strategische Werkzeugkasten I“ - Was man im MBA so lernt ...
- c) Ganzheitliche Strategieentwicklung auf Corporate- und Geschäftsbereichs-Ebene
- d) Gezielte Marktführerschaft durch *dynamische Spezialisierung* auf Basis der *Engpaßkonzentrierten Strategielehre* (nach W. Mewes)
- e) Der „Strategische Werkzeugkasten II“ – Was unverzichtbar ist: (1) PIMS-Studie, (2) *Sechs Schlüsselgrößen* des Geschäftes, (3) Strategische Geschäftsfelder (SGF) und –einheiten (SGE), (4) Kundennutzenanalyse, (5) Substitutionszeitkurven und andere Zyklen.
- f) Der *Operations Room* zur „entperiodisierten Integration von operativer und strategischer Planung und Kontrolle (nach S. Beer)
- g) Anwendungen aus der Praxis

3. Struktur (Einheit 5, 6)

- a) Grundfragen und Grundlagen des Organisierens
- b) Die Genese von Organisationsstrukturen und von der „Oberflächenstruktur zur Tiefenstruktur“
- c) Das *Modell lebensfähiger Systeme* (nach S. Beer)
- d) Aufbauorganisation, Ablauforganisation, Projektorganisation „neu betrachtet“
- e) Anwendungen aus der Praxis

4. Kultur, Führung und Change (Einheit 7, 8)

- a) Verständnis der Unternehmenskultur als *emergente Eigenschaft*
- b) Erhebung und Entwicklung der Unternehmenskultur
- c) „Eine kurze Geschichte der Führungslehre“
- d) Das *Standardmodell der manageriellen Wirksamkeit* von F. Malik
- e) Ausgewählte Elemente des Modells in Theorie und Praxis
- f) Change Management – Grundlagen und „Lessons learnt“

g) Die *Syntegration* nach S. Beer und F. Malik als Führungsinstrument in der „Large Scale Organization“

h) Anwendungen aus der Praxis

5. Management von Innovationen (Einheit 9, 10)

a) Grundlagen des Innovationsmanagements

b) *Disruptive Innovation* verstehen und managen

c) Wie man das „Neue“ findet – *Design Thinking* und *Innovation Tournaments* als Ansätze

d) Anwendungen aus der Praxis

6. „Innovation Driven Growth“ (Einheit 11, 12)

a) Anknüpfend an die Inhalte der Vorlesung werden ausgewählte Artikel aus dem *Harvard Business Review* besprochen.

b) Diskussion der Bezüge zu den ersten fünf Teilen der Vorlesung.

Literatur

Deutsche Lehrbücher:

- Steinmann, H. und Schreyögg, G. (2005): *Management – Grundlagen der Unternehmensführung*. Wiesbaden: Gabler Verlag, 6. Auflage
- Vahs, D. und Schäfer-Kunz, J. (2012): *Einführung in die Betriebswirtschaftslehre*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag, 6. Auflage
- Dillerup, R. und Stoi, R. (2011): *Unternehmensführung*. München: Verlag Franz Vahlen, 3. Auflage

Bücher für Praktiker:

- Malik, F. (2007): *Management – Das A und O des Handwerks*. Frankfurt am Main: Campus-Verlag
- Malik, F. (2006): *Führen, Leisten, Leben*. Frankfurt am Main: Campus-Verlag

Klassiker:

- Drucker, P. (1964): *Managing for Results*. Butterworth – Heinmann (Das erste Buch zur „Strategieentwicklung“)
- Drucker, P. (1967): *The Effective Executive*. Butterworth – Heinmann (Das erste Buch zu „Leadership“)
- Drucker, P. (1974): *Management – Tasks, Responsibilities, Practices*. Butterworth – Heinmann (Das erste Buch zum Management als „Handwerk“)

Vertiefungen:

- Vester, F. (1999): *Die Kunst vernetzt zu denken – Ideen und Werkzeuge für den Umgang mit Komplexität*. dtv-Verlag München
- Lohbriser, R. und Abplanalp, P. (2005): *Strategisches Management*. Versus Verlag Zürich, 4. Auflage
- Beer, S. (1979): *The Heart of Enterprise*. John Wiley & Sons, Ausgabe 1994
- Beer, S. (1972): *Brain of the Firm*. John Wiley & Sons, Ausgabe 1995
- Kotter, J. (1996): *Leading Change*. Harvard Business School Press
- Hill, L. (2003): *Becoming a Manager*, Harvard Business School Press

Weitere Literatur- und Autorenhinweise werden in der Vorlesung gegeben.

Lehr- und Lernformen Vorlesung (2 SWS)

Arbeitsaufwand 90 Stunden; davon 24 Stunden Präsenzstudium, 66 Stunden Selbststudium.

Bewertungsmethode Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt aufgrund des Bestehens der schriftlichen Modulprüfung. Die Anmeldung zu dieser Prüfung setzt keinen Leistungsnachweis voraus.

Notenbildung Die Modulnote entspricht dem Ergebnis der Modulprüfung.

Grundlage für Schwerpunktfach Unternehmensführung und Controlling, Wahlpflicht BWL
