

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Unternehmensstrategie und Innovation		10-MBA-USI-122-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
MBA-Weiterbildung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
6	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
<p>Motivation Der dauerhafte Erfolg eines Unternehmens wird wesentlich von einer Unternehmenskultur bestimmt, die unter Berücksichtigung der individuellen Positionierung des Unternehmens und seines umgebenden Wertschöpfungsnetzes kreative Innovationsentwicklungen fördert. Unternehmen müssen sich strategisch positionieren und in dynamischen Märkten innovative Produkte und Dienstleistungen anbieten. Dabei ist zum einen eine kontinuierliche Weiterentwicklung des eigenen Angebotsportfolios erforderlich. Zum anderen sind geeignete Vertriebskanäle zu erschließen, über die Kunden bestmöglich erreicht werden.</p> <p>Themen - Branchen- und Wettbewerbsanalyse - Aufbau und Erhalt von Wertschöpfungsnetzen - Unternehmertum - Interne und externe Erfolgsfaktoren - Innovation und Design</p>		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
<p>Ziele Erwerben Sie fundierte Kenntnisse über die Analyse von Unternehmen bzw. ganzer Branchen. Lernen Sie strategische Entscheidungen bezüglich der Positionierung Ihres Unternehmens zu fällen, z. B. im Hinblick auf die Beschaffung von Rohstoffen bzw. den Vertrieb von Erzeugnissen. Verstehen Sie es, als Entrepreneur zu handeln und neue Technologien zu nutzen, um althergebrachte Strukturen aufzubrechen und traditionelle Geschäftsmodelle zu ersetzen. Nutzen Sie Design und Innovation, um sich einen Vorteil gegenüber Mitbewerbern zu verschaffen und den Wandel auf den Märkten aktiv zu gestalten.</p> <p>Vorgehensweise Das Modul wird von der renommierten Boston University durchgeführt. Der erste inhaltliche Schwerpunkt liegt auf Methoden zur Analyse von Branchen und Unternehmen. Anschließend werden Ihnen praxisorientiert Kenntnisse zur Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen sowie zur Konzeption von Marketingstrategien vermittelt. Basierend auf Untersuchungen von Wertschöpfungsketten werden Möglichkeiten zur Steigerung der betrieblichen Leistungsfähigkeit abgeleitet. Abschließend verbinden Sie in einer Unternehmenssimulation Theorie und Praxis, indem Sie Produktion und Vertrieb planen, um neue Märkte zu erschließen.</p>		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V + Ü (keine Angaben zu SWS und Sprache verfügbar)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Seminararbeit (ca. 5 S.) und Präsentation (ca. 20 Min.) und mündliche Mitarbeit, Gewichtung 4:3:3 Prüfungssprache: Deutsch, Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Business Integration (MBA) (2013)

Master (1 Hauptfach) Business Integration (MBA) (2012)