



## Modul:

### Unternehmensführung

## Veranstaltung:

### Unternehmensplanung

## Zuständiger Professor:

Prof. Christoph Wamser

## Dozent:

Prof. Christoph Wamser

## Zielgruppe:

Studierende des 3. Semesters

## Lernumfang:

2 Semesterwochenstunden

## ECTS- Punkte:

2,5

## Workload:

Vorlesung:	22,5 h
Prüfung nach §14 Abs. 3:	1,0 h
Vorbereitung zur Prüfung:	21,5 h
Selbststudium/Vor- und Nachbereitung:	30,0 h
Gesamt:	<u>75,0 h</u>

## Lernziele:

Die Lehreinheit soll den Studierenden die Grundlagen und Methoden der unternehmenspolitischen Rahmenplanung sowie der strategischen und operativen Unternehmensplanung vermitteln, sie mit aktuellen Trends der Unternehmensplanung vertraut machen und sie befähigen, eine Unternehmensplanung eigenständig vorzunehmen und vorhandene Pläne kritisch zu bewerten.

## Lerninhalt:

Woche	Inhalte	Literatur
1.	Grundlagen der Unternehmensplanung (Wesen, Arten, Informationsbasis, Grenzen und Gefahren)	Müller-Stewens/Knyphausen-Aufseß (2000), Unternehmensplanung: S. 3169-3173.
2.	Unternehmenspolitische Rahmenplanung (Unternehmensvision, -verfassung, -grundsätze, -leitbild )	Hungenberg (2004), Strategisches Management in Unternehmen: S. 25-38, 411-416.
3.	Strategische Unternehmensplanung (Wesen, Prozess, Market-Based-/Resource-Based-View, strategische	Bea/Haas (2005), Strategisches Management: S. 26-31, 50-65 140-147; Hungenberg (2004), Strategisches Management in Unternehmen: S. 73-76, 80-82; 380-382, 416-433; Welge/Al-Laham

- |     |  |  |
|-----|--|--|
|     | Geschäftsfelder/-einheiten)  | (2003), Strategisches Management: S. 12-19,35-38, 49-53.   |
| 4.  | Strategische Zielplanung<br>(Zielfunktionen, strategischer Zielbildungsprozess)  | Bea/Haas (2005), Strategisches Management: S. 67-85; Hungenberg (2004), Strategisches Management in Unternehmen: S. 374-380; Welge/Al-Laham (2003), Strategisches Management: S. 103-122.                            |
| 5.  | Strategische Umweltanalyse<br>(Makroumweltanalyse/PEST-Analyse, Marktabgrenzung)   | Bea/Haas (2005), Strategisches Management: S. 103-110; Hungenberg (2004), Strategisches Management in Unternehmen: S. 86-94, 386-395; Welge/Al-Laham (2003), Strategisches Management: S. 187-196.                   |
| 6.  | Strategische Umweltanalyse<br>(Marktpotenzialanalyse, Porters Branchenstrukturanalyse)   | Bea/Haas (2005), Strategisches Management: S. 86-103; Hungenberg (2004), Strategisches Management in Unternehmen: S. 94-105; Welge/Al-Laham (2003), Strategisches Management: S. 197-205.                            |
| 7.  | Strategische Unternehmensanalyse<br>(Porters Wertkettenansatz, BEA/Haas Ansatz strategischer Potenziale, Hamel/Prahalads Ansatz der Kernkompetenzen) | Bea/Haas (2005), Strategisches Management: S. 111-121; Hungenberg (2004), Strategisches Management in Unternehmen: S. 134-139, 144-149; Welge/Al-Laham (2003), Strategisches Management: S. 235-292.                 |
| 8.  | Strategieentwicklung (SWOT-Analyse, strategische Optionen, Unternehmensstrategien)   | Bea/Haas (2005), Strategisches Management: S. 166-184; Hungenberg (2004), Strategisches Management in Unternehmen: S. ; Welge/Al-Laham (2003), Strategisches Management: S. 328-340, 440-491.                        |
| 9.  | Strategieentwicklung (Portfolio-Analysen, BCG-/McKinsey-Portfolio)   | Bea/Haas (2005), Strategisches Management: S. 127-140, 148-154, 161-165; Hungenberg (2004), Strategisches Management in Unternehmen: S. 371-374; Welge/Al-Laham (2003), Strategisches Management: S. 340-353.        |
| 10. | Strategieentwicklung<br>(Geschäftsbereichsstrategien, Funktionsbereichsstrategien)   | Bea/Haas (2005), Strategisches Management: S. 184-188, 190-197; Hungenberg (2004), Strategisches Management in Unternehmen: S. 76-80, 172-228, 246-261; Welge/Al-Laham (2003), Strategisches Management: S. 382-437. |
| 11. | Strategieimplementierung/-kontrolle<br>(Balanced Scorecard, Kontrollarten)   | Bea/Haas (2005), Strategisches Management: S. 198-210, 223-232; Hungenberg (2004), Strategisches Management in Unternehmen: S. 293-340; Welge/Al-Laham (2003), Strategisches Management: S. 531-552.                 |
| 12. | Operative Unternehmensplanung<br>(operative Funktionsbereichsplanung, operative Projektplanung)  | Hungenberg (2004), Strategisches Management in Unternehmen: S. 340-354.  |
| 13. | Current Aspects of Corporate Planning<br>(Strategic importance of e-business)  | Chaffey (2004), E-Business and E-Commerce Management, S. 3-67.   |
| 14. | Current Aspects of Corporate Planning<br>(e-business impact on the strategy planning process)  | Chaffey (2004), E-Business and E-Commerce Management, S. 187-241.  |
| 15. | Current Aspects of Corporate Planning  | Chaffey (2004), E-Business and E-Commerce  |

## **Lernmethode:**

Lehrvortrag, Seminaristischer Unterricht mit Diskussion, Fallstudien und Übungen mit Gruppenpräsentationen, Praxisvorträge

## **Leistungsnachweis:**

Benötet Prüfung schriftlich oder mündlich (Vorbesprechung zu Beginn, in der Mitte und am Ende des Semesters)

## **Unterrichtssprache:**

Deutsch 80 % / English: 20 %

## **Geplante Case Studies:**

Fallstudien und Fallbeispiele zu Unternehmensvision und -zielen (BASF), Unternehmensverfassung (Allianz), Unternehmensgrundsätzen (Nestle), Unternehmensleitbild (Siemens), strategischen Geschäftseinheiten (Schott Glas) sowie dem Prozess der strategischen Unternehmensplanung (Deutsche Post WorldNet, Deutsche Telekom etc.)

Übungen zu Zielbildungsprozess, Makro-Umweltanalyse, Wertschöpfungskette, Analyse strategischer Gruppen, Differenzierungs- und Kostenführerschaftspotenzialen

## **Verschiedenes (z. B.: Praxisbesuche, Gastvorträge etc.):**

Praxisvortrag (in Abhängigkeit der Verfügbarkeit der Gastredner; z.B. Arthur D. Little, A.T. Kearney)