

Modulbezeichnung (eng.)	Unternehmensplanspiel (Business Game)	
Semester	3	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	MaBM: Wahlpflichtmodul Managementtechniken	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	MaBM, MaMC	
Prüfungsform und -dauer	Klausur und Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	C. Wilken	
Qualifikationsziele		
<p>Die Teilnehmer können die grundlegenden Instrumente des Strategischen Marketing, des Strategischen Kostenmanagement und der kennzahlengestützten Unternehmensführung analysieren, auf ihre Eignung in konkreten Problemsituationen beurteilen und zur Lösung der Problemsituationen heranziehen. Sie entwickeln Ziele, Strategien und operative Planungen. Sie entscheiden in realen Problemsituationen durch Anwendung von Entscheidungsrechnungen und können diese analysieren und bewerten.</p> <p>Im Rahmen des Unternehmensplanspiels "Topsim - Going Global" werden die Studierenden in die Lage von Vorstandsmitgliedern versetzt, die in einem dynamischen Marktumfeld komplexe Entscheidungen zu weitgehend sämtlichen betrieblichen Handlungsfeldern treffen müssen. Dabei werden ausgewählte betriebswirtschaftliche Themen inhaltlich vertieft (Strategisches Marketing, Einsatz des Marketing-Mix, Kosten- und Erfolgsrechnung, Wirtschaftlichkeitsrechnungen / Investition, Wertorientiertes Management, Unternehmensplanung). Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt in der Anwendung von Kenntnissen und Methoden sowie in der Vermittlung von Kompetenzen, die dazu befähigen, in einem Team unter hohem Zeitdruck zu rationalen Entscheidungen zu gelangen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen der strategischen Unternehmensführung. Sie können Planungs- und Managementprozesse in Organisationen organisieren und durchführen. Sie können Pläne und Budgets erstellen, Balanced Scorecards entwickeln, Kosten- und Ergebnisanalysen durchführen und interpretieren, Strategien entwerfen und verfolgen sowie Aufsichtsratssitzungen und Geschäftsberichte vorbereiten und verfassen.</p>		
Lehrinhalte		
Strategische Planung und strategisches Management, Strategische Analyse, Strategische Budgetierung, Strategiearten, Strategiebewertung, strategische Ziele und wertorientiertes Management, Balanced Scorecards, strategische Kontrolle und strategisches Berichtswesen.		
Literatur		
Müller-Stewens/Lechner: Strategisches Management Dillerup / Stoi: Unternehmensführung Deimel / Heupel / Wiltinger: Controlling		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
C. Wilken	Unternehmensplanspiel	4