

Modul 11: Strategisches Unternehmensplanspiel

Kennziffer:	SIM6810
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Max Monauni max.monauni@hslu.ch Sprechstunde nach Vereinbarung
Fachgebiet:	Wirtschaft
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 10 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 116 Stunden Bearbeitung der Fallstudie (Vorbereitung der Entscheidung und Analyse der Ergebnisse der Geschäftsjahre)
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Pflichtmodul, wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Die vollständige und aktive Teilnahme am Unternehmensplanspiel sowie das Bestehen der mündlichen Prüfung führt zur Anrechnung des Moduls (Prüfungsleistung PLM)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Die Teilnehmenden übernehmen durch das Unternehmensplanspiel „TOPSIM Going Global“ die virtuelle Geschäftsführung eines multinationalen Konzerns, welcher über mehrere Geschäftsjahre durch verschiedene Marktphasen gesteuert wird. Dieser Kurs stellt eine Capstone-Veranstaltung dar. Die Studierenden managen Ihre Unternehmen in Teams zunächst in einer der jeweiligen Heimatregionen, die einen von fünf Kontinenten mit deren unterschiedlichen Rahmenbedingungen darstellt. Um neue Wachstumspotentiale zu generieren sowie bestehende Geschäftsmodelle zukünftig abzusichern, ist eine strategisch-orientierte Expansion der Unternehmenstätigkeit von Bedeutung. Die Marktbewertung, -auswahl und -bearbeitung mit den hierbei involvierten Chancen und Risiken sind in diesem „Going Global“-Prozess ähnlich wichtig wie die Identifikation und Bewertung unternehmensspezifischer Stärken und Schwächen. Nach Abgabe der Unternehmensentscheidungen werden die individuellen Ergebnisse direkt im unternehmerischen Berichtswesen sichtbar.

Lernziele

Die Teilnehmenden ...

- ✓ kennen die Inhalte und Ansätze des strategischen Managements und können diese für unternehmensindividuelle Zielsetzungen anwenden,

- ✓ kennen Methoden, Instrumente und Strategien des (internationalen) Marketings und Vertriebs und können strategische Ziele in operative Handlungskonzepte umsetzen,
- ✓ wissen Unternehmensstrategien ganzheitlich auszuarbeiten und systemimmanente Zielkonflikte zu berücksichtigen,
- ✓ können sich innerhalb kurzer Zeit in unterschiedliche betriebswirtschaftliche Fragestellungen der Unternehmensführung einarbeiten, diese fachlich durchdringen, analysieren und auf dieser Grundlage eigene Lösungsansätze zu entwickeln,
- ✓ können die Folgen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen auf die kurz- und langfristigen Unternehmensergebnisse abschätzen,
- ✓ sind in der Lage die Entscheidungsfindungsprozesse im Team konstruktiv und effizient zu gestalten,
- ✓ können mit Teamkonflikten und komplexen Entscheidungssituationen umgehen, die unter Zeitdruck und unsicheren Zukunftserwartungen zu bewältigen sind,
- ✓ sind in der Lage, Verantwortung im Team für eine wertorientierte und nachhaltige Unternehmensführung zu übernehmen und ihre Entscheidungen und die daraus resultierenden Unternehmensergebnisse klar an unterschiedliche Stakeholder zu kommunizieren.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

Programmziele	Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethode
Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	Wählen Sie Prüfungsmethode 1 100% Gruppenleistung
1 Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen		
1.1 ...ihre fundierten Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis zu stellen.	Erlernen des Umgangs mit hoher Komplexität und Entscheidungen unter Unsicherheit zu treffen Verständnis für ganzheitlicher Zusammenhänge der strategischen (marketingorientierten) Unternehmensführung	X
1.2 ...Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anzuwenden.	Anwenden des erworbenen Wissens und der Fähigkeiten zur interdisziplinären Problemlösung bei der simulierten Führung eines multinationalen Konzerns. Durch die von Periode zu Periode ansteigende Komplexität lernen die Studierenden, ihre Fähigkeiten zur Problemlösung (mit unterschiedlichen Methoden) immer wieder in neuen, unvertrauten Situationen einzusetzen	X
4 Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeiten		
4.2 ...erfolgreich im Team zusammenzuarbeiten.	Klares und verständliches Aufzeigen der Entscheidungsgründe und die daraus resultierende Unternehmensentwicklung für alle Stakeholder Übernahme von Verantwortung für Ergebnisse (einschließlich Fehler und Schwächen) übernehmen	X

Leistungsnachweis

Die vollständige und aktive Teilnahme am Unternehmensplanspiel sowie das Bestehen der mündlichen Prüfung führt zur Anrechnung des Moduls (Prüfungsleistung PLM).

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Einführung in das Planspiel, Teamfindung, Heimatmarktauswahl	PE
2.	Periode 1: Marketing-Mix, Produktionsplanung	
3.	Vorbereitung Periode 2: Anwendung der Instrumente der Unternehmens- und Umweltanalyse	
4.	Periode 2: Marktforschung: Markteintrittsform (neuer Markt), Markterschließung und -bearbeitung	OE 1
5.	Periode 3: Strategische Unternehmensführung	OE 2
6.	Periode 4: Markt- und Teamreflektion	OE 3
7.	Periode 5: Finanzplanung und -entscheidung	OE 4

9.	Aufsichtsratssitzung zu den ersten 5 Perioden: Reflexion des Managementregelkreises, revolvierende Planung	VC
10.	Periode 6: Konkurrenzanalyse auf mehreren Märkten; Optimierung Global Supply Chain	OE 5
11.	Periode 7: Kritische Analyse der eingesetzten Management- instrumente, Fragen zur HV	OE 6
12.	Periode 8: Verantwortung der Unternehmensergebnisse; Präsen- tation der Unternehmenswerte in der Hauptversammlung , Brainwalk	PE

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Masterprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität der Teilnehmer zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Coenenberg, A.G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart.
- Kaplan, R.S./Norton, D.: Strategy Maps – Der Weg von immateriellen Werten zum materiellen Erfolg, Stuttgart.
- Küting, K.H./Weber, C.P.: Die Bilanzanalyse, Stuttgart.
- Porter, M.: Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten, Wiesbaden.
- Monauni, M.: Fixkostenmanagement – Strategischer Ansatz zur Flexibilisierung von Produktionskapazitäten, Köln.