

# Lehrkonzept des Lehrstuhls Governance



Für die  
Bachelorstudiengänge:

- B.Sc. Business Administration and Economics
- B.Sc. Digital Transformation in Business and Society
- B.Sc. Wirtschaftsinformatik
- B.A. Kulturwirtschaft / International Cultural and Business Studies



## VISION

- Nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft durch faire und transparente Governance-Systeme im globalen und lokalen Kontext
- Erforschung der Wechselwirkung zwischen Governance-Systemen und menschlichem Verhalten durch theoretische und empirische Projekte

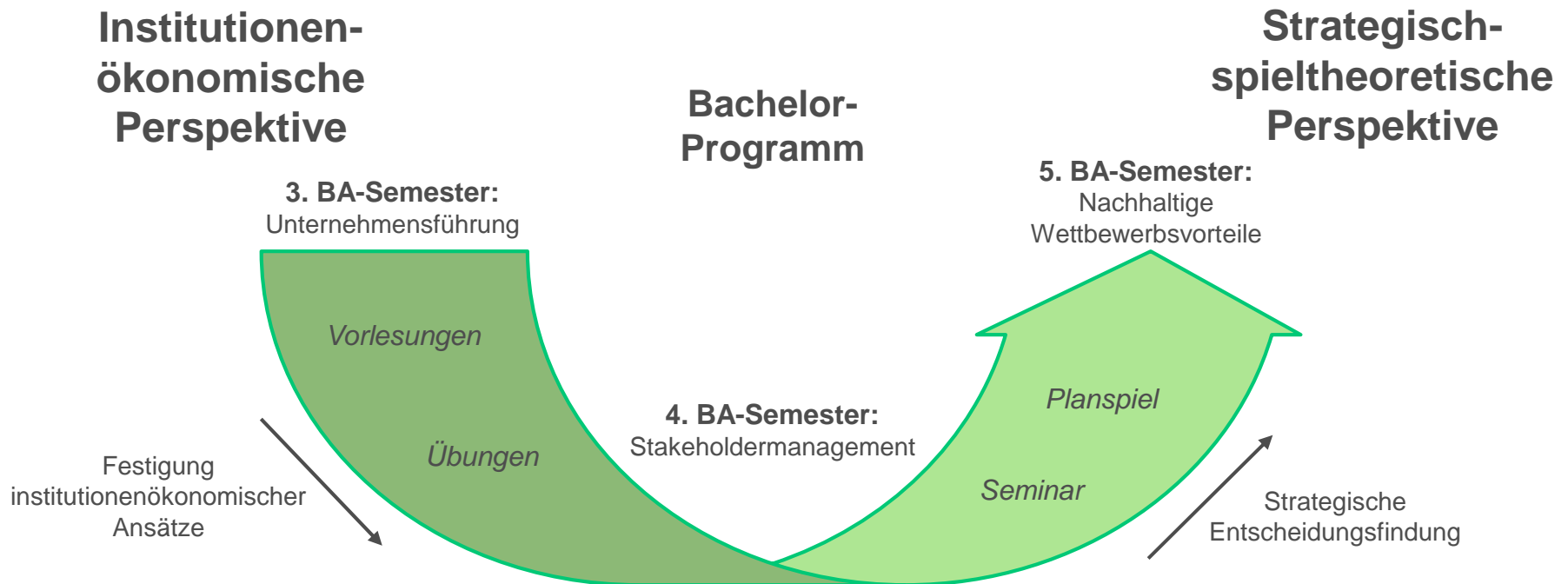


## MISSION

- Gesellschaftlicher Nutzen durch effektiven Wissenstransfer
- Integration von Theorie und Praxis in der Governance-Forschung
- Gewährleistung von Relevanz und Zugänglichkeit für die weitere Entwicklung der Gesellschaft durch das Aufgreifen aktueller Themen

**Strategie** des Lehrstuhls ist, das Verständnis von Governance mit innovativen Lern- und Lehrformaten zu unterstützen. **Blended Learning, Flipped Classroom** und **problembasiertes Lernen** sind neben traditionellen Formaten erprobte Methoden. Wir nehmen **forschungsorientiertes Lernen und Lehren** ernst!

Im **Bachelor** vermitteln wir die Wissensgrundlagen der Governance/Unternehmensführung. Zur Vermittlung nutzen wir interaktiven Frontalunterricht, Blended Learning und Flipped Classroom.



## Zertifikatserwerb:

- Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihr Profil als Bachelor-Absolvent:in durch den Erwerb des Zertifikats "*Sustainable Business Strategies and Stakeholder Engagement*" zu schärfen.
- Voraussetzungen für den Erwerb des Zertifikats: Erfolgreicher Abschluss von **zwei Vorlesungsmodulen** des LSt Governance

## Zulassung zur Abschlussarbeit:

- Mit **drei** erfolgreich absolvierten LSt Governance-Modulen (möglichst einschließlich des Seminars) werden Sie sicher zur Abschlussarbeit am LSt Governance zugelassen (vorbehaltlich freier Betreuungskapazitäten).
- Eine formale Bewerbung über das Antragsformular ist dennoch notwendig, um die Kohorten für das Kolloquium „Bachelorarbeit“ zu bilden.

## Modulstruktur und Inhalte für Bachelorstudierende:

Wir **empfehlen** Studierenden des B.Sc. Business Administration and Economics, unsere Module **ab dem dritten Semester** des Bachelor-Studiums zu besuchen. Unsere Lehrveranstaltungen können im Rahmen einer Vertiefung der Modulgruppen "*Management, Innovation, Marketing*" und/oder „*International and Sustainable Business*“ belegt werden.

Auch Studierende in **B.Sc. Digital Transformation in Business and Society, B.Sc. Wirtschaftsinformatik** und **B.A. Kulturwirtschaft / International Cultural and Business Studies** können sich in den entsprechenden Management-Vertiefungs- und Schwerpunktmodulgruppen für unsere Veranstaltungen anmelden.

**Folgend dargestellt eine mögliche Integration unserer Module in Ihr Bachelorstudium (auf Basis des Studiums B.Sc. BAE, Start mit Wintersemester):**

Modul	Art	ECTS	SWS	Turnus	Semester
39960: Unternehmensführung	VL+Ü	5	4 (2+2)	WiSe	3.
39963: Stakeholdermanagement	VL+Ü	5	4 (2+2)	SoSe	4.
39962: Bachelorseminar	S	7	2	SoSe	4.
39964: Nachhaltige Wettbewerbsvorteile	VL+Ü	5	4 (2+2)	WiSe	5.
Planspiel Scale Up	BS	5	2	WiSe	4./6.
39967: Kolloquium Bachelorarbeit	K	3	2	WiSe/SoSe	6.
Bachelorarbeit		12		WiSe/SoSe	6.
<b>7 Einzelleistungen</b>		<b>42</b>			

Veranstaltungstyp	Vorlesung + Übung
Prüfungsnummer	212429
ECTS	5
SWS	4
Semester	Wintersemester
Modulgruppe	Management, Innovation, Marketing
Prüfungsleistung	60 Minuten Endklausur
Inhalt	<p>In der Lehrveranstaltung <i>Unternehmensführung</i> geht es um die grundsätzliche <b>Aufstellung eines unternehmerischen Geschäftsmodells</b>. Wir besprechen die zur Verfügung stehenden Produktionstechnologien und leiten daraus Rahmenbedingungen für die horizontalen Unternehmensgrenzen ab. Wir ergänzen diese Betrachtung um den Konflikt zwischen Eigentümern und Managern über die Kontrolle und Nutzung von Unternehmensressourcen und zeigen Möglichkeiten zur Entschärfung auf (Principal-Agent-Theorie). Wir kommen auf die Geschäftsmodelle zurück und sprechen über die Gestaltung von Wertschöpfungsketten (Transaktionskosten-Theorie). Aus diesen Überlegungen leiten wir die vertikalen Unternehmensgrenzen ab. Wir sprechen über das „richtige“ Maß an Integration (Property Rights-Theorie) und über die Gestaltung von Governance</p>

Veranstaltungstyp	Vorlesung + Übung
Prüfungsnummer	213412
ECTS	5
SWS	4
Semester	Sommersemester
Modulgruppe	Management, Innovation, Marketing
Prüfungsleistung	60 Minuten Endklausur
Inhalt	<p>Die Lehrveranstaltung <i>Stakeholdermanagement</i> <b>stellt die Stakeholder im engeren und weiteren Umfeld eines Unternehmens vor und analysiert die unterschiedlichen Interessen</b>. Zu den Stakeholdern gehören alle Gruppen und Individuen, die das Unternehmen beeinflussen können und/oder von ihm beeinflusst werden, zum Beispiel Kund:innen, Lieferant:innen, das regionale Umfeld, der Staat und die Öffentlichkeit. Sie diskutiert die Fragen: Was macht erfolgreiches Stakeholdermanagement aus? Warum muss ein Unternehmen die verschiedenen Stakeholdergruppen einbeziehen?</p> <p>Ein Stakeholdermanagement findet auf der Ebene der analytischen Identifikation (Welche Personen und Gruppen gehören genau zu den Stakeholdern eines Unternehmens und was sind ihre "Stakes"?), der Prozessgestaltung (Wie gestaltet ein Unternehmen seine Struktur im Hinblick auf Stakeholder:innen?) und der Gestaltung einer wechselseitigen Tauschbeziehung statt (Wie findet die Interaktion mit den Stakeholdern statt und welche Ressourcen werden dafür eingesetzt?).</p>

Veranstaltungstyp	Vorlesung + Übung
Prüfungsnummer	
ECTS	5
SWS	4
Semester	Wintersemester
Modulgruppe	Management, Innovation, Marketing International and Sustainable Business
Prüfungsleistung	60 Minuten Endklausur
Inhalt	<p>Die Lehrveranstaltung Nachhaltige Wettbewerbsvorteile vermittelt strategische Ansätze, mit denen Unternehmen langfristig erfolgreich auf globalen Märkten bestehen können. Die Studierenden lernen, wie nachhaltige Praktiken integraler Bestandteil der Schaffung kontinuierlicher Gewinnüberschüsse sind. Die Vorlesung beleuchtet, wie sich Unternehmen durch langfristige Differenzierung von ihren Wettbewerbern abheben können. Kernthema ist die kontinuierliche Innovation und die Anpassung an globale Marktbedingungen unter Einbeziehung nachhaltiger Unternehmensstrategien. Durch den Einsatz spieltheoretischer Modelle analysieren wir das dynamische Verhalten auf internationalen Märkten und optimieren strategische Entscheidungen, um Nachhaltigkeit und wirtschaftlichen Erfolg zu vereinen.</p>



# Planspiel Scale Up

(in Zusammenarbeit mit dem ZKK)

Veranstaltungstyp	Blockseminar (2,5 Tage)
ECTS	5
SWS	2
Semester	Wintersemester
Modulgruppe	Management, Innovation, Marketing
Prüfungsleistung	<p>Portfolio</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenpräsentation (ca. 15 Minuten) (50%)</li> <li>• Simulationsergebnis (während des Blockkurses) (50%)</li> </ul> <p>Die Anwesenheit während der gesamten Veranstaltungsdauer sind Voraussetzung für den Scheinerwerb.</p>
Inhalt	<p>Das kompetitive Strategieplanspiel Scale Up ist eine Management Simulation, in der Unternehmen mit einer langjährig soliden Strategie in einer traditionellen Branche an ihre Grenzen stoßen.</p> <p>Im konkret vorliegenden Fall versetzen sich die Teilnehmenden in die <b>Rolle der Geschäftsführung</b> eines Herstellers von Motorrollern. Das Unternehmen steigt auf E-Mobilität um und braucht in Zeiten von <b>Digitalisierung und Globalisierung</b> ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell. Dabei muss die bisher erfolgreiche Geschäftsstrategie entsprechend überarbeitet werden und zugleich die Produktion sowie der Verkauf von Elektro-Rollern umgesetzt werden. Im Planspiel lernen die Teilnehmenden, mit <b>Disruptionen und Volatilität</b> im Markt umzugehen, komplexe Entscheidungssituationen zu bewältigen und ein neues Geschäftsmodell zu skalieren.</p>

Veranstaltungstyp	Seminar
Prüfungsnummer	212401
ECTS	7
SWS	2
Semester	Sommersemester
Modulgruppe	Seminar in Management, Innovation, Marketing
Prüfungsleistung	Seminararbeit und Präsentation der Ergebnisse in Form eines Referats
Inhalt	<p>Ein ausgewähltes Thema, das einen Forschungsschwerpunkt des Lehrstuhls vertieft, dient als <b>Einstieg in das wissenschaftliche Arbeiten und als Vorbereitung auf die Bachelorarbeit</b>. Die Studierenden führen eine wissenschaftliche Untersuchung durch und präsentieren die Ergebnisse. Sie führen eine Diskussion zu ihrem Thema und setzen sich mit den Forschungsergebnissen ihrer Kommiliton*innen auseinander.</p> <p>Das genaue Seminarthema wird rechtzeitig vor der Vergabe der Seminarplätze auf der Homepage des Lehrstuhls bekannt gegeben.</p>

Veranstaltungstyp	Kolloquium
Prüfungsnummer	
ECTS	3
SWS	2
Semester	Wintersemester + Sommersemester
Modulgruppe	Management, Innovation, Marketing
Prüfungsleistung	Mündliche Präsentation (ca. 30 Minuten)
Inhalt	Das Kolloquium ermöglicht es den Studierenden, eine <b>eigenständige wissenschaftliche Arbeit vorzubereiten, zu präsentieren und zu diskutieren.</b>