

A photograph of several chess pieces (a king, a rook, a knight, a pawn, and a bishop) placed on a business chart. The chart features a bar graph and a line graph with data points. The text 'STRATEGY, MANAGEMENT & MARKETING' is overlaid in the center in a bold, blue, sans-serif font.

STRATEGY, MANAGEMENT & MARKETING

AGENDA

- 1. Typische Fragestellungen & Aktuelles Forschungsprojekt**
- 2. Ziel des Studiums**
- 3. Lehrstühle, Module**
- 4. Benefits & Einsatzgebiete**

TYPISCHE FRAGESTELLUNGEN IN SMM

- Mit welchen Mitteln sollen **Wettbewerbsvorteile** erreicht werden?
- Wie soll die **Struktur des Unternehmens** ausgestaltet und angepasst werden, um die angestrebte Position im Wettbewerb zu erreichen, zu halten und auszubauen?
- Welche **Managementkonzepte und -instrumente** können die Strategie der Organisation unterstützen?
- Wie kann ein Unternehmen ganzheitlich auf die Bedürfnisse des Marktes ausgerichtet werden und mit welchen **Marketingmaßnahmen** sollen die Märkte des Unternehmens bearbeitet werden?
- Wie können Unternehmen **Markt- und Technologieveränderungen erkennen** und auf diese **reagieren**?

AKTUELLES FORSCHUNGSPROJEKT



AKTUELLES FORSCHUNGSPROJEKT



AKTUELLES FORSCHUNGSPROJEKT

Es könnte ein Pariser Salon der Jahrhundertwende sein, wären nicht die leichten, japanischen Speisen und das köstliche Sushi, das hier serviert werden.

Stadtoase mit japanisch-französischen Köstlichkeiten

Hereinspaziert in das IIMORI Haus, benannt nach seiner schillernden Gründerin und Chefin Azko Imori. Ein köstlicher Ort. Im Erdgeschoss lockt die IIMORI Patisserie mit süßen Köstlichkeiten aus der eigenen Backstube. Im ersten Stock geht es im IIMORI Restaurant, ein japanisches Restaurant im Pariser Salonstil, herzhafte zu, mit Sushi und japanischen Köstlichkeiten.



AKTUELLES FORSCHUNGSPROJEKT

- Beeinflusst das Ausmaß an (Non-)Konformität mit prototypischen Erwartungen die Überlebenswahrscheinlichkeit von Neugründungen?

Was ist am erfolgreichsten:

- Entspreche den Erwartungen bzw. handle nach bekannten Mustern?
- Weiche ein bisschen ab?
- Sei komplett anders als die Erwartungen bzw. kombiniere/innoviere?

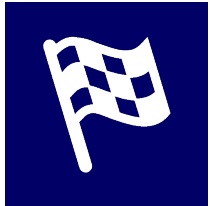
- Variiert dieser Zusammenhang über den Lebenszyklus von Neugründungen und Kategorien hinweg?

AKTUELLES FORSCHUNGSPROJEKT

- **Kernergebnisse**
 - Optimal distinctiveness senkt die Scheiterwahrscheinlichkeit (bzw. erhöht die Überlebenswahrscheinlichkeit)
 - Bedeutung von optimal distinctiveness sinkt mit steigendem Alter; Bedeutung von optimal distinctiveness steigt mit zunehmender Dichte in der Kategorie (theoretischer Beitrag: kein statischer Effekt von optimal distinctiveness auf die Scheiterwahrscheinlichkeit)
- **Was können Manager/innen bzw. Gründer/innen lernen?**
 - 1.) Unterscheide dich ein bisschen;
 - 2.) insbesondere bedeutend gleich zu Beginn der Gründung; und
 - 3.) vor allem bedeutend in etablierten (dichten) Branchen

Quelle: Goldenstein J, Hunoldt M and Oertel S (2019) How optimal distinctiveness affects new ventures' failure risk: A contingency perspective. Journal of Business Venturing 34(3): 477–495.

KOMPETENZERWERB



Vorbereitung auf Unternehmensführung bzw. (strategische) markt- und ressourcenorientierte Unternehmenssteuerung

Praktisches Fach- und Methodenwissen

- Marketing
- International Management
- Organisation
- **plus** breite Fächerauswahl anderer Bereiche

Wissenschaftliche Forschungsmethoden

- Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Orientierung
- Theoretisch fundiert, empirisch und methodisch plural
- Qualitative, quantitative, konzeptionelle Forschungsdesigns

LEHRSTÜHLE



ABWL & Marketing

Prof. Dr. Nicolas Zacharias (Schwerpunktsprecher)



ABWL Organisation, Führung & HRM

Prof. Dr. Peter Walgenbach



ABWL Strategisches & Internationales Management

Prof. Dr. Mike Geppert

MODULE

Modulcode	Titel	LP
MW10.1	Supply Chain Management	6
MW10.2	Geschäftsprozessmanagement	6
MW10.3	Ablaufplanung in Produktion und Logistik (Scheduling)	6
MW12.1	Corporate Risk Management (bisher: Termingeschäfte und Finanzderivate)	6
MW12.3	Sustainable Asset Management (bisher: Finanzmanagement, Intermediation und Kapitalmarkt)	6
MW12.6	Financial Forecasting (bisher: Risikomanagement, monetäre Risikomaße und Hedging)	6
MW17.1	Decision Making	6
MW17.3	Project Management & Scheduling	6
MW17.5	Produktion und Logistik in der Automobilindustrie	6
MW24.1	Empirical Methods	6
MW30.6	Machine Learning: Deep Learning (bisher: Datengetriebene Methoden für betriebswirtschaftliche Analysen)	6
MW31.1	Business Intelligence	6
MW31.2	Business Process Management	6
MW31.3	Business Decision Support Techniques	6
MW31.4	e-Business	6
MW31.6	Data and Knowledge Management	6
MW35.10	Theoretische Grundlagen der Gestaltung wirtschaftsberuflicher Lernumgebungen	6

Wahlpflichtbereich I

min. sechs der folgenden Module

Wahlpflichtbereich II

ein oder zwei der folgenden Module,
min. eins aus 11.X, 13.X, 16.X

Wahlpflichtbereich III

bis zu zwei Module

ACHTUNG

Verfügbarkeit von Modulen zeitlich
berücksichtigen & einplanen!

ZUSATZANGEBOTE

Kolloquium Wissenschaftliches Arbeiten (KWA)

- fakultativ für alle
- Voraussetzung für eine Abschlussarbeit an den drei LS
- 0 ECTS
- **TIPP:** so früh wie möglich besuchen

Forschungskolloquium

- fakultativ
- Anleitung zur Forschung durch Professoren + Mitarbeiter/innen

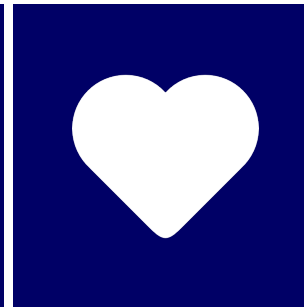
BENEFITS

wissenschaftliche
Methoden und
Arbeitsweise



breit gefächerte und
abwechslungsreiche
Aufgabenstellungen

fundiertes Fachwissen
für mittlere und obere
Managementebene



Freude an
spannenden
Themengebieten

EINSATZGEBIETE

Praxis

- Produktmanager, Projektmanager, Key-Account-Manager
- Assistenz der Geschäftsleitung
- Marketing-/Vertriebsabteilung
- Unternehmensberatungen (Strategie-, Marketing-, Organisations- und Personalberatungen)
- mittlere und obere Managementebene

Universität

- Promotion in Marketing, International Management & Organisation

FRAGEN?

BACKUP

ARTEN DER LEISTUNGSERBRINGUNG

Prüfungen

- Klausuren
- Fallstudien
- Gruppenarbeit (z. B. Hausarbeiten, Screencasts)
- Empirische Datenerhebung & Auswertung
- Forschungskolloquium

Klausuren

- teilweise MC-Fragen
- offene Prüfungsaufgaben
- Essay-Fragen (Orga & IM)

KOLLOQUIUM WISS. ARBEITEN

Ziel

Vorbereitung auf die wissenschaftliche und forschungsorientierte Abschlussarbeit

Inhalte

1. Forschungsfragen entwickeln
2. Theorie(n)
3. Lesen und Diskussion wissenschaftlicher Artikel
4. Forschungsdesigns
5. Qualitative Forschungsmethoden
6. Quantitativer Methodenkurs I (SPSS)
7. Quantitativer Methodenkurs II (SPSS)
8. Wissenschaftliches Schreiben I
9. Wissenschaftliches Schreiben II und „What makes a good paper?“

MASTERARBEIT

Allgemeine Voraussetzungen

- erfolgreicher Besuch mehrerer Vorlesungen des entsprechenden Lehrstuhls
- erfolgreicher Besuch des entsprechenden Seminars
- Besuch des KWA

Spezielle Voraussetzungen & Formalien

- siehe Homepage des Lehrstuhls

Erwartungshaltung

- 25% der Endnote
- 4 Monate Bearbeitungszeit
- **wissenschaftliche** Arbeit
- häufig empirische Arbeit inkl. Datenerhebung & Auswertung