



Vorlesung Unternehmensführung und Transformationsmanagement

Strategisches Management

01. Erfolgsfaktoren und Strategien

- a. Erfolgsfaktoren
- b. Strategien entwickeln
- c. Strategien umsetzen

02. Wesentliche Träger des Strategieprozesses

- a. Marketing
 - i. Marktsegmentierung und -analyse
 - ii. Portfoliomanagement
 - iii. Marktbearbeitung
- b. Controlling
 - i. Aufgaben des Controllings
 - 1. Informationsbedarf des Managements
 - a. Kostenrechnung
 - b. Businessplanung
 - c. Ergebnis- und Liquiditätssteuerung
 - 2. Informationsbedarf der Eigenkapitalgeber (Shareholder Value)
 - 3. Informationsbedarf der Fremdkapitalgeber (Rating)
 - ii. Datenbasis des Controllings
- c. Das „Machtzentrum“ des Unternehmens

03. Strategien verankern - Organisationsentwicklung

- a. Die Struktur folgt der Strategie
 - i. Führungsorganisation
 - ii. Arbeitsorganisation
- b. Unternehmensverfassung
 - i. Gesellschaftsrecht
 - ii. Mitbestimmung
- c. Organisationsmethodik

04. Strategien verankern – Personalmanagement

- a. Führungssysteme
- b. Führungsstile
- c. Personalentwicklung

05. Unternehmenskulturen

Operatives Management (Beispiele)

06. Einkaufsmanagement

07. Produktionsmanagement

08. Vertriebsmanagement

Kommunikationsmanagement

09. Kommunikationsmodelle

- a. Kommunikation ist allgegenwärtig
- b. Kommunikationskonzepte im Überblick

- c. Ausgewählte Kommunikationskonzepte
 - i. Transaktionsanalyse
 - ii. Neurolinguale Programmierung
 - iii. Gewaltfreie Kommunikation
 - iv. Themenzentrierte Interaktion
 - v. Krisenkommunikation des BMI

- d. Tipps für die bilaterale Gesprächsführung
- e. Tipps für die Gesprächsführung in Gruppen
- f. Mediation
- g. Medienwirkung

10. Verhandlungsführung

- a. Schwerer Start
- b. Verhandlungsvorbereitung
- c. Verhandlungsführung
- d. Checklisten für die Verkaufspraxis
- e. Fallstudien

11. Konfliktmanagement

- a. Schwerer Start
- b. Konflikte kanalisieren

- c. Konflikte lösen
 - i. Konfliktstrategien und Taktiken
 - ii. Konfliktgespräche vorbereiten
 - iii. Konfliktgespräche durchführen

- d. Schlichter in Konflikten

12. Krisenmanagement (Fallstudie „Datenskandal“)

- a. Auftragsdatenverarbeitung für Kunden
- b. Mal wieder Ärger
- c. Die Task Force aufstellen
- d. Mit allem rechnen
- e. Lessons learnt

Transformationsmanagement

13. Transformationsmanagement im „Nirwana“ der Begriffe

14. Die Toolbox der Veränderer

- a. Das Vorgehensmodell der Restrukturierer
- b. Das Vorgehensmodell der Change Agents
- c. Das Vorgehensmodell der Lean Experts

15. Situationsbeschreibungen (Beispiele)

16. Zyklen der Unternehmensentwicklung

17. Aktionsfelder der Transformation

18. „Turbolader“ der Transformation

- a. Digitalisierung
- b. Globale Strategien
- c. Liquidität

19. Von der Restrukturierung zur Transformation

- a. Fallstudie: Das alte Spiel
- b. Fallstudie: Das neue Spiel
- c. Fallstudie: Das ewige Spiel

20. ...übrigens Transformationsmanagement

- a. Die Basis
- b. Die Methoden
- c. Die Akteure