Syllabus

Kursbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Code der Lehrveranstaltung	27044
Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung	
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	ECON-07/A
Sprache	Deutsch
Studiengang	Bachelor in Ökonomie, Politik und Ethik
Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)	
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Dr. Thomas Maran, Thomas.Maran@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/44429
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Zweites Semester
Studienjahr/e	1
KP	8
Vorlesungsstunden	48
Laboratoriumsstunden	-
Stunden für individuelles Studium	-
Vorgesehene Sprechzeiten	24
Inhaltsangabe	Dieser Kurs bietet einen Überblick über Management als soziale und organisatorische Praxis und untersucht dessen Entwicklung, Prinzipien und aktuelle Herausforderungen im Licht politischer, wirtschaftlicher und ethischer Fragestellungen. Anstatt sich ausschließlich auf betriebswirtschaftliche Effizienz zu konzentrieren, beleuchtet der Kurs, wie Management Institutionen, Machtverhältnisse und gesellschaftliche Erwartungen prägt – und

	umgekehrt. Management wird dabei sowohl als praktische Funktion als auch als Gegenstand kritischer Analyse verstanden. Zu den behandelten Themen gehören: Historische Entwicklung des Managementdenkens. Organisationen und Institutionen. Entscheidungsfindung unter Unsicherheit und Komplexität. Autorität, Verantwortung und Führung. Ethik und Rechenschaftspflicht im Management. Die Rolle von Management im öffentlichen und privaten Sektor. Management und Gemeinwohl.
Themen der Lehrveranstaltung	Themenübersicht • Klassifikation der Betriebswirtschaftslehre/Management Einführung in die zentralen Funktionsbereiche – Strategie, Operations, Marketing, Finanzen, Rechnungswesen, HR – und ihr Zusammenspiel zur Wertschöpfung. Schwerpunkt auf Entscheidungsrechten, Prozessen und Kennzahlen als verbindendem Gewebe. Wo ist Ihre Rolle in der Wertschöpfungskette – und wie richten Sie Funktionen auf ein gemeinsames Ziel aus? • Wirtschaftssystem: Märkte, Güter, Wettbewerb, Wert Wie Märkte Knappheit über Preise koordinieren, Wettbewerb Margen formt, Unternehmen Wert schaffen und abschöpfen. Nachfrage, Angebot, Externalitäten und Netzwerkeffekte mit Managementimplikationen. Schaffen Sie echten Wert – oder verschieben Sie ihn nur? • Organisationstheorien: Aufgaben von Unternehmen, Unternehmern und anderen Organisationsformen Grundlegende Perspektiven – Transaktionskosten, Resource-Based View, Stakeholder- und Institutionentheorie – erklären Existenz und Verhalten von Organisationen. Klärt Rollen von Unternehmen, Unternehmern und hybriden Formen (z. B. Plattformen, Genossenschaften). Welche Theorie erklärt Ihren Wettbewerbsvorteil – und Ihre blinden Flecken? • Strategisches Management: Umwelt, Wettbewerb und Strategieprozess Werkzeuge für PESTEL- und Branchenanalyse, Wettbewerber-

	Mapping, Fähigkeitsbewertung (z. B. VRIO) sowie der End-to-End-Strategiezyklus von Diagnose bis Umsetzung. Betonung von Kohärenz zwischen Entscheidungen, Fähigkeiten und Steuerungssystemen. Welche wenigen Entscheidungen verändern alles – und wie machen Sie sie wirksam? • Marketing-Grundsätze und marktorientierte Unternehmensführung Segmentierung, Targeting, Positionierung und der Einsatz des Marketing-Mix zum Aufbau verteidigungsfähiger Wertangebote. Kundeneinblicke, Experimentieren und Customer Lifetime Value als Anker der Marktorientierung. Wetteifern Sie über Features – oder lösen Sie Probleme besser als alle anderen? • Organisationsstrukturen, Unternehmenstypen und Eigentum Funktionale, divisionale, Matrix- und Netzwerkstrukturen im Vergleich; Verknüpfung von Rechtsformen und Eigentum mit Governance, Anreizen und Agilität. Fokus: Struktur als Strategie-Enabler. Beschleunigt Ihre Struktur Entscheidungen – oder bremst sie sie aus? • Führung in Organisationen und People Management Führungsstile und -taktiken praxisnah: Zielvereinbarung, Feedback, Motivation, Performance-Gespräche; Entscheidungsfindung und Bias. Vertrauen, Verantwortung und Klarheit als Alltagsinstrumente wirksamer Führung. Verwalten Sie Aufgaben – oder entfesseln Sie Menschen? • Visionäre Führung, Charisma und organisationaler Wandel Wie Führung Richtung formuliert, Ausrichtung schafft und Commitment durch Wendepunkte trägt. Change-Playbooks: Case for Change, Stakeholder-Mapping, Kommunikationsrhythmus, Quick Wins. Wie wird aus Vision Momentum – auch nach dem ersten Realitätsschock? • Innovation und Kreativität

	Ideen generieren, auswählen, skalieren – Portfolios, Ambidextrie, Minimum Viable Experiments. Wie Restriktionen, Prozesse und Kultur Kreativität in Ergebnisse überführen. Ist Ihre Organisation zum Explorieren und Exploiten gebaut? • Entrepreneurship, Geschäftsideen und neue Unternehmungen Von Opportunity Recognition über Validierung und Geschäftsmodell-Design bis Finanzierung. Risikoabbau durch Evidenz und disziplinierte Iteration. Was macht Ihre Idee finanzierbar – und replizierbar? • Organisationale Kultur Kultur als geteilte Annahmen, Normen und Symbole, die Verhalten und Leistung prägen. Diagnoseinstrumente und Hebel für wirksame, werthaltige Kulturentwicklung. Belohnt Ihre Kultur die Verhaltensweisen, die Ihre Strategie braucht? • Organisatorische Lebenszyklen Phasen von Start-up bis Scale-up, Reife, Erneuerung oder Exit – und die jeweiligen Anforderungen an Führung und Systeme. Typische Fehlermuster und Pfade der Erneuerung. Führen Sie die Organisation, die Sie haben – oder die Phase, in die Sie eintreten?
Stichwörter	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Managementgrundlagen, Strategisches Management, Innovation & Entrepreneurship, Unternehmensfunktionen, Marketing, Leadership
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Propädeutische Lehrveranstaltungen	Keine
Unterrichtsform	Frontalvorlesungen; Gruppendiskussionen; kurze Übungen mit Zwischenpräsentationen
Anwesenheitspflicht	Die Teilnahme wird explizit empfohlen, ist aber nicht verpflichtend.
Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse	ILO (Intended Learning Outcomes) ILO 1 Wissen und Verstehen ILO 1.1 die Fähigkeit, das menschliche Verhalten in Organisationen

	zu analysieren;" ILO 1.2 die Fähigkeit, Theorien zur organisatorischen Entscheidungsfindung zu verstehen;" ILO 2 Fähigkeit, Wissen und Verstehen anzuwenden ILO 2.1 die Fähigkeit, sich mit Muttersprachlern fließend und spontan über wirtschaftliche Themen auszutauschen; ILO 2.2 die Fähigkeit zur Analyse der Unternehmensführung sowie von Fusions- und Übernahmeentscheidungen; ILO 3 Urteilen ILO 3.1 Erlangung der nötigen Urteilsfähigkeit und der dazugehörigen methodologischen Werkzeuge für die kritische Analyse von Daten, Quellen, Annahmen und Implikationen der wissenschaftlichen Praxis sowie der politischen, ethischen und juristischen Zusammenhänge, in die sich die ökonomischen Phänomene einreihen und mit denen sie interagieren ILO 4 Kommunikationsfähigkeit ILO 4.1 Beherrschung des Italienischen, Deutschen und Englischen in Wort und Schrift, einschließlich der Übersetzung dieser Sprachen. Interkulturelle Kompetenz. Begriffliche Prägnanz, Fähigkeit der schriftlichen Erfassung von Sachverhalten, insbesondere für wissenschaftliche und wissenschaftsbasierte Texte ILO 5 Lernfähigkeit ILO 5.1 Förderung des kritischen Denkens und der analytischen Fähigkeiten, komplexe Probleme in ihrer langfristigen Dynamik und in der Vielfalt ihrer — auch ethischen — Implikationen zu erkennen
Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche Informationen)	Erwartete Lernergebnisse • Wissen und Verstehen Die Studierenden beherrschen grundlegende Konzepte der BWL – Organisationsstrukturen, Funktionsbereiche und strategische Rahmenwerke – als tragfähige Basis für spätere Führungsrollen im Kontext ökonomischer und politischer Rahmenbedingungen.

	• Anwenden von Wissen und Verstehen Sie können zentrale BWL-Prinzipien auf Praxisfälle übertragen, Wettbewerbsumfelder bewerten und strategische Grundentscheidungen ableiten – einschließlich der Implikationen ihres Handelns – und damit in komplexen Organisationen wirksam führen. • Urteilsbildung Sie entwickeln die Fähigkeit, Geschäftsprobleme und Strategieoptionen kritisch zu beurteilen, ökonomische und politische Perspektiven zu integrieren und umsetzbare Lösungen vorzuschlagen. • Kommunikationskompetenz Sie kommunizieren betriebswirtschaftliche Inhalte und strategische Analysen klar und prägnant – schriftlich wie mündlich – und fördern Teamarbeit sowie konstruktive Debatten aus unterschiedlichen Blickwinkeln. • Lernkompetenz Auf Basis einer soliden BWL-Grundlage kultivieren sie selbstständiges Lernen, bleiben anschlussfähig an neue Praktiken und passen sich veränderlichen ökonomischen, politischen und ethischen Umfeldern an – als lebenslang lernende Führungskräfte.
Art der Prüfung	Leistungsnachweis • Schriftliche Prüfung (70 %): Multiple-Choice-Klausur zur Erfassung von Wissensstand und Verständnis (Kernbegriffe, Konzepte) sowie der Erstanwendung (Fallvignetten mit Auswahlalternativen). • Kurzübungen mit Zwischenpräsentationen (20 %): Anwendung der Inhalte auf Fallstudien in ausgewählten Kurseinheiten. • Mitarbeit (10 %): Bewertung mündlicher und schriftlicher Beiträge (z. B. Teamdiskussionen). Für Nicht-Anwesende ist die vertiefte Auseinandersetzung mit der gesamten Kursliteratur erforderlich; die Leistung wird über eine erweiterte schriftliche Prüfung (Multiple Choice) erhoben.
Bewertungskriterien	Bewertungskriterien (Prüfung):

	– Grundwissen zentraler Definitionen und Begriffe zu wichtigen Theorien, Konzepten und Methoden der BWL – Anwendung grundlegender Methoden, Instrumente und Tools Bewertungskriterien (Präsentationen): – Korrektheit und Zuverlässigkeit der Aussagen – Struktur und Klarheit – Logik und Kohärenz – Qualität und Umfang der Recherchebasis – Integration und Vernetzung des Gelernten – Aktivität und Proaktivität – Evidenzbasierte Auswahl und Anwendung der Inhalte
Pflichtliteratur	(Nur für non-attending students) Ausgewählte Kapitel aus: • Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2020). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases.* Pearson • Maran, T. (2025). *Situativ führen - Zwischen direktiver und empowernder Führung den richtigen Führungsstil finden.* Springer. • Thommen, J. et al. (2023). *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*: *Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht*. Springer-Gabler.
Weiterführende Literatur	Ausgewählte Kapitel aus: • Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2020). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases.* Pearson • Kerin, R. A., Hartley, S. W., & Rudelius, W. (2011). *Marketing*.McGraw-Hill • Kotler, P., Armstrong, G., & Cunningham, M. H. (2018). *Principles of marketing*. Pearson. • Maran, T. (2025). *Situativ führen - Zwischen direktiver und empowernder Führung den richtigen Führungsstil finden.* Springer. • Rothaermel,, F, T. (2024). *Strategic Management* (6th ed.). New York: McGraw Hill. • Schreyögg, G. & Koch, J. (2020). *Management*: *Grundlagen der Unternehmensführung* (8. Auflage), Wiesbaden. • Thommen, J. et al. (2023). *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*:

	Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. Springer-Gabler.
Weitere Informationen	
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)	Hochwertige Bildung, Nachhaltiger Konsum und Produktion, Industrie, Innovation und Infrastruktur, Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum