

# Syllabus

## Kursbeschreibung

<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	Unternehmensführung und Leadership
<b>Code der Lehrveranstaltung</b>	30176
<b>Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung</b>	
<b>Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich</b>	NN
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studiengang</b>	Bachelor in Tourismus-, Sport- und Eventmanagement
<b>Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)</b>	
<b>Dozenten/Dozentinnen</b>	Prof. Matthias Fuchs, Matthias.Fuchs@unibz.it <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/236">https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/236</a>
<b>Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin</b>	
<b>Semester</b>	Zweites Semester
<b>Studienjahr/e</b>	2
<b>KP</b>	12
<b>Vorlesungsstunden</b>	72
<b>Laboratoriumsstunden</b>	-
<b>Stunden für individuelles Studium</b>	-
<b>Vorgesehene Sprechzeiten</b>	36
<b>Inhaltsangabe</b>	<p>Der Bachelor Kurs „Unternehmertum &amp; Unternehmensführung“ (30176) gehört zum Studium der Betriebswirtschaftslehre und ist in zwei Module untergliedert:</p> <p>Kurs Modul 1 (M1) „Strategisches Management“ behandelt folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Konzepte und wichtigste Ansätze von Geschäftsstrategien</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entstehungsprozesse von Geschäftsstrategien</li> <li>- Strategien, Unternehmen und Wettbewerbsumfeld</li> <li>- Geschäftsmodelle, Ressourcen, strategische Kompetenzen und dynamische Fähigkeiten</li> <li>- Grenzen und kritische Aspekte von Managementtheorien</li> </ul> <p>Kurs Modul 2:      „Organisationsverhalten &amp; Führung“ behandelt folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des Organisationsverhaltens</li> <li>- Emotionen, Attitüden, Motivation und Arbeitszufriedenheit</li> <li>- Führung und Organisationskommunikation</li> <li>- Organisationsstruktur &amp; Organisationskultur</li> <li>- Grenzen und kritische Aspekte von Theorien der Unternehmensführung</li> </ul>
<b>Themen der Lehrveranstaltung</b>	Der Kurs deckt wichtigste Themen aus dem Bereich Unternehmertum und Führung ab. Dabei werden zum einen gängige Modelle und Konzepte zur Beschreibung und Analyse von Unternehmensstrategien und der Strategiebildung behandelt. Weiters werden zentrale Instrumente zur strategischen Entscheidungsfindung in Unternehmen vorgestellt indem aufgezeigt wird, wie Werte durch Identifizierung strategischer Entwicklungschancen geschaffen werden. Zum anderen werden wichtigste Führungstheorien vorgestellt und aufgezeigt, wie deren Anwendung das menschliche Verhalten in Organisationen beeinflusst. Die im Kurs vorgestellten Konzepte, Modelle und Theorien werden kritisch reflektiert und die Grenzen und Risiken der Anwendung aufgezeigt.
<b>Stichwörter</b>	„Unternehmertum“; „Unternehmensführung“; "Strategisches Management"; „Organisationsverhalten“; „Kritische Management Epistemologie“
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Interesse am Thema „Unternehmertum und Führung“ sowie an einer Einführung in wissenschaftliche Methoden der Managementforschung und in die Managementepistemologie.
<b>Propädeutische Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Unterrichtsform</b>	Vorlesungen in Form von Präsenzunterricht, Übungen an Fallstudien (individuell und im Team), Präsentationen
<b>Anwesenheitspflicht</b>	-

<b>Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse</b>	<p>Wissen und Verstehen von Theorien der Unternehmensführung der Unternehmensorganisation in verschiedenen Kontexten organisation und Management von Humanressourcen der Wechselwirkung zwischen verschiedenen Managementfunktionen von Art und Zweck der Tourismus-, Sport- und Veranstaltungsbranche, ihre Tätigkeiten, Geschäftssysteme und die für ihre Verwaltung erforderlichen Instrumente zum Management von Informationsflüssen, des Marketings und deren Funktionen auf dem Verbrauchermarkt (einschließlich Verhaltenswissenschaften, Marktforschung, Destinationsmarketing)</p> <p>Unternehmensstrategien und grundlegende Geschäftsmodelle der wichtigsten strategischen Planungsinstrumente und ihrer angemessenen und kontextabhängigen Anwendung der Führungstheorie und -methoden des nachhaltigen Tourismusmanagements im internationalen Kontext der aktuellen Dynamik des internationalen Wettbewerbs auf dem Tourismusmarkt von Konzepten, Modellen und Techniken zur Analyse aktueller Fragestellungen im Sport des Managements von Sport im internationalen Kontext die Besonderheiten der Welt des Sports, um das Management des Sports in der heutigen Gesellschaft zu verbessern.</p> <p>Fähigkeit, Wissen und Verstehen anzuwenden verschiedene Aspekte von Managementtheorien auf den Dienstleistungssektor Analyse interner und externer Unternehmensprobleme und Angebot möglicher Lösungen Personalmanagement in verschiedenen organisatorischen Kontexten Überprüfung des Managements der Organisation als einzelne Funktionen und als Ganzes Unterscheidung der Rollen und Merkmale der verschiedenen Akteure im Tourismus-, Sport- und Veranstaltungssektor Nutzung und Konsolidierung der verfügbaren Informationen und Ressourcen, um die Unterschiede zwischen den verschiedenen</p>
---	---

	<p>Managementsystemen im Bereich Tourismus und Sport zu ermitteln</p> <p>Bestimmung des Wertes der verschiedenen Akteure und Strategien im Bereich Tourismus und Sport und Verständnis der Auswirkungen auf die Leistung der verschiedenen Managementsysteme</p> <p>Bewertung verschiedener digitaler Marketingansätze</p> <p>Managementprinzipien für Unternehmen unterschiedlicher Größe und in unterschiedlichen Kontexten</p> <p>Branchenanalyse, Wettbewerbsanalyse und Analyse des Unternehmensumfelds in verschiedenen Sektoren</p> <p>Unterstützung bei der strategischen und operativen Entscheidungsfindung mit Hilfe grundlegender Planungsinstrumente und -szenarien</p> <p>Personalentwicklung und Führung</p> <p>Erstellung eines überzeugenden Angebots an Soft Skills für neue Initiativen</p> <p>Identifizierung von potenziellen Talenten auf dem Markt</p> <p>Unterstützung bei operativen und strategischen Unternehmensentscheidungen im Bereich der Sportinfrastruktur</p> <p>Management von Sportinfrastrukturen</p> <p>Projektmanagement durch den Einsatz verschiedener Software für die Veranstaltungsorganisation und das Projektmanagement</p> <p>Nutzung der lokalen Möglichkeiten und Ressourcen auf dem internationalen Veranstaltungsmarkt</p> <p>Kommunikation im Tourismussektor in interkulturellen Arbeitsumgebungen</p> <p>Segmentierung des Sportmarktes, Targeting und Produktpositionierung</p> <p>Beitrag zur Entwicklung von Marketing-Mix-Strategien und -Instrumenten für das Marketing durch Sport und die Vermarktung des Sports</p> <p>Entwicklung und Vermarktung von Sponsoringvorschlägen.</p> <p>Anwendung des kritischen Denkens in Bezug auf aktuelle Sportmanagementpraktiken, einschließlich der Bewertung der Entwicklung des Sportmarktes.</p> <p>Urteilen (making judgements)</p> <p>analytisch und kritisch über Informationen, Erfahrungswerte und Daten zu berichten, um adäquate betriebswirtschaftliche</p>
--	--

	<p>Entscheidungen zu treffen; die geeignetsten quantitativen und qualitativen Analyseinstrumente auszuwählen, um die Entscheidungsfindung zu unterstützen; durch Einsatz logischer Schlussfolgerungen und die Verbindung von Informationen und analytischen Instrumenten Lösungen zu finden</p> <p>Kommunikationsfähigkeit (communication skills) Das Erreichen dieses Ziels wird mittels schriftlicher Prüfungen, Gruppenarbeiten, Hausarbeiten, Präsentation von Fallstudien und Projekten sowie der Abschlussarbeit bewertet.</p> <p>Lernfähigkeit (learning skills) die Fähigkeit, aktuelle Informationen ausfindig zu machen, um mit den Veränderungen im Dienstleistungssektor im Allgemeinen und im Bereich Tourismus-, Sport- und Eventmanagement im Besonderen Schritt halten zu können; die Fähigkeit, Daten, Informationen und Erfahrungen zu analysieren, kritisch zu begutachten und zu integrieren; die Fähigkeit, mögliche Lösungen für Probleme in volkswirtschaftlichen und betrieblichen Bereichen zu entwickeln, die sich auf jene Arbeitskontakte beziehen, welche eine mögliche Berufsaussicht für die Absolventen/Absolventinnen darstellen.</p>
<b>Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche Informationen)</b>	<p>Kenntnisse und Verständnis über</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmerische Entscheidungsfindung,</li> <li>Unternehmensstrategien und Geschäftsmodelle</li> <li>- Strategische Planungswerkzeuge</li> <li>- Führungstheorien und Organisationsverhalten</li> <li>- Human Ressource Management</li> <li>- Kritische Managementepistemologie</li> </ul> <p>Anwendung von Kenntnissen und Verständnis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fähigkeit strategische Herausforderungen in Unternehmen zu analysieren</li> <li>- Fähigkeit strategische Managementmethoden in Unternehmen kritisch anzuwenden</li> <li>- Fähigkeit Menschen in Organisationen zu führen</li> <li>- Fähigkeit Menschen in Organisationen zu entwickeln</li> </ul> <p>Selbständiges Urteilsvermögen</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fähigkeit die Eignung von Theorien zur Analyse strategischer Entscheidungen in Unternehmen zu evaluieren und deren Wirkungen abzuschätzen</li> <li>- Fähigkeit die Eignung und Effektivität von Führungstheorien in Unternehmen zu evaluieren</li> </ul> <p>Kommunikationsfähigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fähigkeit die im Kurs behandelten Schlüsselkonzepte und Theorien zum Thema „Unternehmertum“ adäquat und überzeugend mit Fachkollegen zu kommunizieren</li> <li>- Fähigkeit die im Kurs behandelten Schlüsselkonzepte und Theorien zum Thema „Führung“ adäquat und überzeugend mit Fachkollegen zu kommunizieren</li> </ul> <p>Lernfähigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fähigkeit autonom Verbindungen zur akademischen Literatur zu suchen, um das erworbene Wissen zum heterogenen Thema „Unternehmertum und Führung“ zu erweitern</li> <li>- Fähigkeit einer kritischen Haltung gegenüber Schlüsselkonzepten und Theorien im Bereich „Unternehmertum und Führung“ indem deren ethische Konsequenzen explizit berücksichtigt werden</li> </ul>
<b>Art der Prüfung</b>	<p>A) Teilnehmende Studenten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Schriftliche Abschlussprüfung (70%) Prüfungsdauer 90 Minuten</li> <li>- Gruppenarbeiten und Präsentationen (30%)</li> </ul> <p>B) Nicht-Teilnehmende Studenten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Schriftliche Abschlussprüfung (100%) Prüfungsdauer 120 Minuten</li> </ul> <p>Die Teilnahme an der Lehrveranstaltung wird durch den Lehrveranstaltungsleiter aufgezeichnet (min. 50% Teilnahme definiert „Teilnehmende Studenten/innen“)</p>
<b>Bewertungskriterien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenntnis und Verständnis der Texte (20%)</li> <li>- Fähigkeit, Verbindungen zwischen Texten herzustellen (5%)</li> <li>- Fähigkeit, das Wissen anzuwenden (20%)</li> <li>- Eigenständiges Urteil und kritisches Denken (30%)</li> <li>- Übertragung des erworbenen Wissens auf praxisrelevante</li> </ul>

	Kontexte (25%)
<b>Pflichtliteratur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Whittington, R.; Regnér, P.; Angwin, D.; Johnson, G. and Scholes, K. (2020). Exploring Strategy. 13th Edition, Pearson.</li> <li>- Robbins P. Stephen &amp; Judge A. Timothy (2021). Essentials of Organizational Behavior, 15th Edition, Pearson, New York</li> <li>- Ghoshal S (2005) Bad management theories are destroying good management practices. <i>Academy of Management Learning Education</i> 4(1):75–91</li> <li>- Minett D, Yaman R &amp; Denizci B (2009). Leadership styles and ethical decision-making in hospitality management, <i>International Journal of Hospitality Management</i>, 28, 486-493</li> <li>- Joullié, J-E. (2020) Management theory in crisis. In: Bowden B, McMurray A (eds) Palgrave handbook of management history. Springer, Switzerland AG, Cham.</li> </ul>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<p>Ergänzende Literatur zur Vertiefung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dierksmeier C, Pirson M (2010) The modern corporation and the idea of freedom. <i>Philosophy &amp; Management</i> 9(3):5–25</li> <li>- Fuchs, M. (2023). A Post-Cartesian Economic and Buddhist view on tourism, <i>Annals of Tourism Research</i>, 103, 688, <a href="https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103688">https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103688</a></li> <li>- Spillane, R. &amp; Joullié, J-E. (2022). Justifying ethical values: A purposive ethics for managers, <i>Business Ethics, Environment &amp; Responsibility</i>, 31, 1185–1192</li> <li>- Spillane, R. &amp; Joullié, J-E. (2022). Overcoming Managerialism – Power, Authority and Rhetoric at Work, De Gruyter Business &amp; Economics, New York.</li> </ul>
<b>Weitere Informationen</b>	Unterrichtsmaterialien, wie PowerPoint Folien, Pflichtliteratur und weiterführende Literatur finden sich in Reserve Collection
<b>Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)</b>	Keine Armut, Hochwertige Bildung, Nachhaltiger Konsum und Produktion, Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum, Industrie, Innovation und Infrastruktur, Geschlechter-Gleichheit

## *Kursmodul*

<b>Titel des Bestandteils der Lehrveranstaltung</b>	M-1 Strategisches Management
<b>Code der Lehrveranstaltung</b>	30176A

<b>Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich</b>	ECON-07/A
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Dozenten/Dozentinnen</b>	Prof. Matthias Fuchs, Matthias.Fuchs@unibz.it <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/236">https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/236</a>
<b>Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin</b>	
<b>Semester</b>	Erstes Semester
<b>KP</b>	6
<b>Verantwortliche/r Dozent/in</b>	
<b>Vorlesungsstunden</b>	36
<b>Laboratoriumsstunden</b>	-
<b>Stunden für individuelles Studium</b>	-
<b>Vorgesehene Sprechzeiten</b>	18
<b>Inhaltsangabe</b>	<p>Der Bachelor Kurs „Unternehmertum &amp; Unternehmensführung“ (30176) gehört zum Studium der Betriebswirtschaftslehre und ist in zwei Module untergliedert:</p> <p>Kurs Modul 1 (M1) „Strategisches Management“ behandelt folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Konzepte und wichtigste Ansätze von Geschäftsstrategien</li> <li>– Entstehungsprozesse von Geschäftsstrategien</li> <li>– Strategien, Unternehmen und Wettbewerbsumfeld</li> <li>– Geschäftsmodelle, Ressourcen, strategische Kompetenzen und dynamische Fähigkeiten</li> <li>– Grenzen und kritische Aspekte von Managementtheorien</li> </ul>
<b>Themen der Lehrveranstaltung</b>	Kursmodul 1 „Strategisches Management“ führt Studierende in die Analyse des strategischen Verhaltens von Unternehmen ein. Die Betrachtung erfolgt aus einer Prozessperspektive, mit besonderem Schwerpunkt auf Entscheidungsprozess, welche die Unternehmensstrategie prägen. Das Kursmodul analysiert Strategie sowohl als Ergebnis als auch als Managementprozess. Theorien des strategischen Managements werden kritisch reflektiert und ihre Grenzen aufgezeigt.

<b>Unterrichtsform</b>	Vorlesungen in Form von Präsenzunterricht, Übungen an Fallstudien (individuell und im Team), Präsentationen
<b>Pflichtliteratur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Whittington, R.; Regnér, P.; Angwin, D.; Johnson, G. and Scholes, K. (2020). <i>Exploring Strategy</i>. 13th Edition, Pearson.</li> <li>- Collins, J. C. &amp; Porras, J. I. (1996): Building your company's vision. <i>Harvard Business Review</i>, Sep-Oct.</li> <li>- Snowden, D.J. and Boone, M.E., (2007). A leader's framework for decision making. <i>Harvard business review</i>, 85(11), p.68: <a href="https://pablopernot.fr/pdf/Cynefin-MaryBoone.pdf">https://pablopernot.fr/pdf/Cynefin-MaryBoone.pdf</a></li> <li>- Ghoshal S (2005) Bad management theories are destroying good management practices. <i>Academy of Management Learning Education</i> 4(1): 75–91</li> <li>- Joullié, J-E. (2020) Management theory in crisis. In: Bowden B, McMurray A (eds) <i>Palgrave handbook of management history</i>. Springer, Switzerland AG, Cham</li> </ul>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<p>Ergänzende Literatur zur Vertiefung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dierksmeier C, Pirson M (2010) The modern corporation and the idea of freedom. <i>Philosophy &amp; Management</i> 9(3):5–25</li> <li>- Minett D, Yaman R &amp; Denizci B (2009). Leadership styles and ethical decision-making in hospitality management, <i>International Journal of Hospitality Management</i>, 28, 486-493</li> <li>Spillane, R. &amp; Joullié, J-E. (2022). <i>Overcoming Managerialism – Power, Authority and Rhetoric at Work</i>, De Gruyter Business &amp; Economics, New York.</li> </ul>

## Kursmodul

<b>Titel des Bestandteils der Lehrveranstaltung</b>	M-2 Organisationstheorien und Leadership
<b>Code der Lehrveranstaltung</b>	30176B
<b>Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich</b>	ECON-08/A
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Dozenten/Dozentinnen</b>	Prof. Matthias Fuchs, Matthias.Fuchs@unibz.it <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/economics-">https://www.unibz.it/en/faculties/economics-</a>

	management/academic-staff/person/236
<b>Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin</b>	
<b>Semester</b>	Zweites Semester
<b>KP</b>	6
<b>Verantwortliche/r Dozent/in</b>	
<b>Vorlesungsstunden</b>	36
<b>Laboratoriumsstunden</b>	-
<b>Stunden für individuelles Studium</b>	-
<b>Vorgesehene Sprechzeiten</b>	18
<b>Inhaltsangabe</b>	<p>Kurs Modul 2 (M2) „Organisationsverhalten &amp; Führung“ behandelt folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Grundlagen des Organisationsverhaltens</li> <li>– Emotionen, Attitüden, Motivation und Arbeitszufriedenheit</li> <li>– Führung und Organisationskommunikation</li> <li>– Organisationsstruktur &amp; Organisationskultur</li> <li>– Grenzen und kritische Aspekte von Theorien der Unternehmensführung</li> </ul>
<b>Themen der Lehrveranstaltung</b>	<p>Kursmodul M-2 „Organisationsverhalten und Führung“ bietet einen allgemeinen Überblick über Themen des Organisationsverhaltens und der Führung. Die Lehrveranstaltung vermittelt den Studierenden theoretisches Wissen zu aktuellen Führungstheorien, die in Fallstudien auf reale Situationen angewendet werden und so einen Praxisbezug zu den erlernten Themen herstellen. Nach Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, das Verhalten in Organisationen besser zu verstehen. Behandelte Theorien des Organisationsverhaltens und der Führung werden kritisch reflektiert und ihre Grenzen aufgezeigt.</p>
<b>Unterrichtsform</b>	Vorlesungen in Form von Präsenzunterricht, Übungen an Fallstudien (individuell und im Team), Präsentationen
<b>Pflichtliteratur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Robbins S. P. &amp; Judge A. T. (2021). Essentials of Organizational Behaviour, 15th Global Edition, Pearson</li> <li>- Ghoshal S (2005) Bad management theories are destroying good management practices. Academy of Management Learning</li> </ul>

	<p>Education 4(1):75–91</p> <p>- Minett D, Yaman R &amp; Denizci B (2009). Leadership styles and ethical decision-making in hospitality management, <i>International Journal of Hospitality Management</i>, 28, 486-493</p> <p>Joullié, J-E. (2020) Management theory in crisis. In: Bowden B, McMurray A (eds) Palgrave handbook of management history. Springer, Switzerland AG, Cham</p>
Weiterführende Literatur	<p>Ergänzende Literatur zur Vertiefung</p> <p>- Dierksmeier C, Pirson M (2010) The modern corporation and the idea of freedom. <i>Philosophy &amp; Management</i> 9(3):5–25</p> <p>- Fuchs, M. (2023). A Post-Cartesian Economic and Buddhist view on tourism, <i>Annals of Tourism Research</i>, 103, 688, <a href="https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103688">https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103688</a></p> <p>Spillane, R. &amp; Joullié, J-E. (2022). Justifying ethical values: A purposive ethics for managers, <i>Business Ethics, Environment &amp; Responsibility</i>, 31, 1185–1192</p>