

Master-Modul

Allianz- und Netzwerkstrategie

Modultitel / Moduleinordnung	Allianz- und Netzwerkstrategie Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Dr. Elisabeth Müller
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Kooperative Beziehungen mit anderen Organisationen in Strategischen Allianzen oder Netzwerken spielen für Unternehmen eine immer bedeutendere Rolle, um ihre Wettbewerbsposition zu verbessern. Neuere Forschungsergebnisse zeigen, dass Strategische Allianzen und Netzwerke angesichts der heutigen Wettbewerbsbedingungen (z.B. globaler Wettbewerb, schneller technologischer Wandel, verstärkte Ressourcenknappheit) sogar eine Schlüsselrolle für den Erfolg von Unternehmen einnehmen.</p> <p>Diese Veranstaltung beschäftigt sich mit der Frage, wie und unter welchen Bedingungen Unternehmen sich in Allianzen und Netzwerken engagieren sollen, um sich Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz zu sichern. Im Einzelnen betrachten wir basierend auf theoretischen Konzepten, empirischen Studien und praktischen Fallstudien folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Entstehung von Allianzen bzw. Netzwerken• Governance von Allianzen bzw. Netzwerken• Innovations- und Internationalisierungsstrategien in Allianzen bzw. Netzwerken• Performance von Allianzen bzw. Netzwerken
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden können Probleme der strukturellen Koordination und des Managements von interorganisationalen Beziehungen in einer Allianz oder einem Netzwerk bewerten.• Sie können aktuelle wissenschaftliche Arbeiten zu Allianzen und Netzwerken durchdringen, präsentieren und diskutieren.• Sie können die theoretischen Konzepte zu Allianzen und Netzwerken aus verschiedenen Perspektiven auf die Lösung praktischer Fallstudien transferieren.• Sie können z.B. in einem Beratungsumfeld die Themen „Allianzen“ und „Netzwerke“ kompetent und fundiert darlegen und Detailprobleme analytisch lösen.• Sie können auf Basis der Veranstaltung eine Masterarbeit im Themenfeld „Allianz- und Netzwerkstrate-

	gie“ in Angriff nehmen.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktiver Frontalunterricht • Diskussion der Inhalte • Erarbeitung von Präsentationen durch die Studierenden 		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.		
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen, sowie für andere Module und Studiengänge	Das Modul kann als Vertiefungsmodul im Gebiet „International Management and Marketing“ eingebracht werden. Es ist für alle Studiengänge geeignet, die ihren Studierenden in diesem Bereich ein Angebot machen möchten.		
Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Summe		2	5
Aufteilung des Workload (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit		Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30		120
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Klausur	<p>Mündliche Leistung: Team-Präsentation (20 Min.) und Diskussion (20 Min.) zu einem aktuellen wissenschaftlichen Aufsatz</p> <p>Schriftliche Leistung: Ausarbeitung zu einer Fallstudie, 3 Seiten</p> <p>Sowohl die schriftliche als auch die mündliche Leistung muss mit mindestens der Note 4,0 bestanden sein, um das Modul insgesamt zu bestehen.</p>		
Begründung der Prüfungsleistungen	<p>Die Aufteilung in Einzelleistungen ist notwendig, um das Erreichen des Lernerfolgs in diesem Modul auf verschiedenen Ebenen sicherzustellen.</p> <p>In der mündlichen Leistung zeigen die Studierenden, dass sie die wissenschaftliche Literatur verständlich präsentieren und einordnen können sowie mit dem gesamten Kurs diskutieren können. Dies stellt ein wesentliches Qualifikationsziel des Moduls dar. Zusätzlich soll das Erarbeiten der Präsentation in einer Gruppe nicht nur eine sich für die Studierenden im zukünftigen Berufsleben realisierende Situation darstellen, sondern auch deren Problemlösungskompetenz im Team sowie die damit verbundenen sozialen Fähigkeiten stärken.</p> <p>In der schriftlichen Leistung zeigen die Studierenden,</p>		

	<p>dass sie in der Lage sind, unternehmerische Fragestellungen zu analysieren und das in der Vorlesung erlernte theoretische Wissen zur Beantwortung der Fragestellungen einzusetzen. Die Anwendung der erlernten Inhalte soll das Verstehen anstelle eines passiven Lernens begünstigen. Eine solche Aufgabe trägt direkt zur Berufsbefähigung der Studierenden bei, wäre jedoch innerhalb einer Endklausur aufgrund der Komplexität nicht umsetzbar.</p>
Bewerbungsverfahren	<p>Die Veranstaltung ist kein Pflichtmodul und ist auf max. 35 Teilnehmer beschränkt. Die Auswahl der Teilnehmer erfolgt bei einer über die Anzahl der verfügbaren Plätze hinausgehende Anzahl von Bewerbern auf Basis eines aktuellen Notenauszugs, den die Bewerber im Bewerbungszeitraum (siehe Ankündigung auf der Lehrstuhl-Homepage) einsenden müssen. Die Auswahlkriterien sind der aktuelle Notendurchschnitt sowie die bereits erzielten ECTS-Punkte.</p> <p>Achtung: Für Studierende, die in der Vergangenheit bereits die Klausur zur VL Netzwerkmanagement bestanden haben, ist die Teilnahme an dieser Veranstaltung <u>ausgeschlossen</u>.</p> <p>Die Teilnehmerbegrenzung ist nötig, um die Lehrmethoden umsetzen und die Qualifikationsziele erreichen zu können.</p>
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	<p>Mündliche Leistung: 60% (aufgeteilt auf Teamnote (30% und Einzelnote (30%)) Schriftliche Leistung: 40%</p> <p>Sowohl die schriftliche als auch die mündliche Leistung muss mit mindestens der Note 4,0 bestanden sein, um das Modul insgesamt zu bestehen.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Evtl. Gastvorträge</p>
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte Aufsätze • Ausgewählte Harvard-Business-Case-Studies