

Eine Veranstaltung im Rahmen der
Innovativen Weiterbildung zum Master of Business Administration.

Ziel der Veranstaltung ist die Einführung in die Logik des strategischen Managements aus wissenschaftstheoretischer und anwendungsorientierter Perspektive. Neben der Vermittlung der forschungsmethodischen Ansätze und Paradigmen des strategischen Managements steht darauf aufbauend die kritische Reflexion und Anwendung der „Tools und Techniken“ des strategischen Managements auf heuristisch-hermeneutischem Wege im Vordergrund. Von besonderer Bedeutung ist die Projektion der Logik des strategischen Managements auf die industrieökonomischen Besonderheiten der Bio- und Medizintechnikbranche einschließlich ihrer Institutionen. Diese dienen gleichsam als Projektionsfläche und Bezugsobjekte dieser branchenspezifischen Veranstaltung zum strategischen Management. Eine weitere Spezifizierung wird im Rahmen des speziellen Teils dieser Veranstaltung insofern vorgenommen, als organisationsdemographisch eine Fokussierung auf kleine und mittlere Hochtechnologieunternehmen vorgenommen wird, die sich zumeist in ihrem (innovativen) Leistungsspektrum auf emergenten und konsumgüterfernen Märkten bewegen.

Inhalt in Stichworten

- Zielsystem des Managements: Normatives, strategisches und operatives Management
- Zielgrößen und forschungsmethodische Ansätze des strategischen Managements: (1) Market Based View, (2) Competitor Based View, (3) Resource Based View, (4) Finance Based View, (5) Institutional Based View
- Kernelemente der strategischen Planung (How to lead?; Where to compete?; How to compete?; How to operate?; How to administrate and control?)
- „Tools und Techniken“ des strategischen Managements
 - Methodenset: „Kosten und Effizienz“
 - Methodenset: „Qualität“
 - Methodenset: „Service und Convenience“
 - Methodenset: „Zeit- und Flexibilität“
 - Methodenset: „Innovation“
- Erfolgsfaktoren kleiner und mittlerer Technologieunternehmen
- Einführung in die Harvard-Fallstudientechnik
- Befähigung zur problemadäquaten Anwendung des Methodensets des strategischen und operativen Managements im Kontext der Bio- und Medizintechnikbranche

Dozent

Prof. Dr. rer. pol. habil. Christoph Rasche, Professur für Management, Professional Services und Sportökonomie, Humanwissenschaftliche Fakultät und Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät der Universität Potsdam

Ort

Universität Potsdam, Standort Griebnitzsee, August-Bebel-Straße 89, 14482 Potsdam

Termine

Die Distance Learning-Phase (Selbständige Vorbereitung durch Bearbeiten der Kernliteratur) beginnt am 2. Juni 2009, die Präsenzveranstaltungen finden am 12. & 13. Juni.2009, sowie am 26. Juni 2009 und am 10. Juli 2009 statt.

Anmeldungen unter mba@uni-potsdam.de

Kosten: 1.560,- EUR