

WING Lernziele und Recaps

SW1:

Lernziele: Die Studierenden sollen...

- ...das St. Galler Management Modell in seiner Entstehung und seinen Zusammenhängen kennen lernen,
- ... verstehen, in welcher Wechselbeziehung Umwelt und Unternehmen stehen,
- ... verschiedene Umweltfaktoren als Chancen und/oder als Gefahren aus Unternehmenssicht einzuordnen lernen,
- ... die Bedeutung der Anspruchsgruppen- und der Interaktionsthemenanalyse verstehen,
- ... erkennen, wie sich in der Praxis und der Lehre die Entwicklung vom Shareholder-Value zum Stakeholder-Ansatz vollzogen hat.

Zusammenfassung: Das St. Galler Management-Modell – worum geht es?

- Kein Modell für Lösungen
- Denkanstöße, um die richtigen Fragen zu stellen...
- Verknüpfung der verschiedenen Unternehmensaufgaben mit gegenseitigen Beeinflussungen
- Visualisierung aller relevanten Bereiche für Unternehmen, Analyse und Entscheidungstool für Manager

Recap:

- St. Galler Management Modell: Überblick und Weitblick
- Umwelt und Unternehmen stehen in einer Wechselbeziehung
- Verschiedene Umweltfaktoren können als Chancen/Gefahren aus Unternehmenssicht eingeordnet werden
- Bedeutung der Anspruchsgruppenanalyse
- Praxis und Lehre: Vom Shareholder-Value zum Stakeholder-Ansatz

SW2:

Lernziele: Die Studierenden sollen...

- die Merkmale einer Strategie nennen.
- das 5-Kräfte-Modell von Porter anwenden.
- eine SWOT-Analyse durchführen.
- Wachstums- und Wettbewerbsstrategien erläutern

Zusammenfassung Strategie:

- **Voraussetzung:** gründliche interne und externe Analyse
- **Tools:** 5-Kräftemodell, PESTEL, SWOT Analyse,
- **Merkmale:** Weitsicht, langfristig, Kontinuität, zielgerichtet, nachhaltig, abgrenzbar
- **Arten von Strategien:** Generische Strategien (Wettbewerbsstrategien) und Wachstumsstrategien

SW3 & SW4:

Lernziele: Die Studierenden sollen...

- ... das Thema **Marketing im SGMM verorten**, den Begriff Marketing **definieren** und verstehen, was Marketing für Unternehmen bedeutet,
- ... die wichtigsten **Bestandteile einer Marktanalyse** (Marktgrößen, Marktforschung und Marktsegmentierung) kennen,
- ... die zentralen Instrumente im Marketing-Mix (**4P**: Produkt, Platzierung, Preis und Promotion) kennen, verstehen und anwenden sowie einen **harmonischen Marketing-Mix** unter Berücksichtigung der verschiedenen Instrumente der Vermarktung von Produkten und DL erstellen,
- ... die **Funktionsweise von Marken** und deren Signalwirkung erläutern, sowie die Bedeutung des **Markenwertes** erkennen,
- ... und das Konzept des «**Customer Relationship Management**» verstehen und anwenden können.

Zusammenfassung Marketing 1 & 2:

- Marketing beschreibt alle Unternehmensprozesse und Aktivitäten, die auf das **erfolgreiche Absetzen** von Produkten und/oder von Services abzielen.
- **Marktanalyse**: Marktgrößen, Marktforschung und Segmentierung als zentrale Elemente der Analyse kennen und verstehen
- Marketing beschreibt die **kurze und mittelfristige Umsetzung** der Wettbewerbsstrategie
- **Der 4-P Mix beschreibt** die wichtigsten Marketingaktivitäten. Die 4P's werden dabei unternehmensspezifisch ausgeschaltet und laufend an die aktuelle Situation (Markt und Umwelt) angepasst
- **Zielgruppengerecht**: Marketing(Mix) ist immer auf eine bestimmte Zielgruppe (Kundensegment) und einen Zielmarkt ausgerichtet!
- **Promotion**: Zahlreiche Möglichkeiten (Werbung, PR, Sponsoring, etc.). Social Media bietet neue Wege. Abwägung von Kosten und Effizienz, Messbarkeit der Massnahmen?
- **Harmonischer 4 P Mix**: Abstimmung der einzelnen Elemente untereinander aber auch mit der Gesamtstrategie ist sehr wichtig.
- **Marke und Markenwert**: Positionierung im Kopf der Kunden, Markenwertbestimmung sind zentral für die Unternehmensbewertung.
- **CRM**: Kundenbindung und Bindungselemente als wichtige Bestandteile des Marketings. Kundenloyalität ist zentral für den langfristigen Erfolg.
- **Marketing** wird Ihnen dabei helfen, Ihre **Leistungen** als Wirtschaftsingenieure **ins richtige Licht zu setzen**.

Recap Marketing & Kommunikation:

- Marktanalyse
- Zielmarkt und Zielsegmente bestimmen
- Gestaltung eines harmonischen 4 P-Mix
- Kommunikation: Werbung, Kanäle, PR, Sponsoring, Influencer, etc.
- Markenbildung und Markenpositionierung
- CRM

SW5:

Lernziele:

- Sie kennen die einzelnen Bestandteile des Rechnungswesens
- Sie verstehen die Unterschiede von Finanz- und Betriebsbuchhaltung
- Sie können eine Bilanz, eine Erfolgsrechnung und eine Geldfluss- (Kapitalfluss-) -rechnung lesen und interpretieren
- Sie kennen die wesentlichsten Finanz- und Unternehmenskennzahlen und wissen, wie man diese berechnet

Zielkontrolle:

- Sie kennen die einzelnen Bestandteile Rechnungswesens
- Sie können eine Bilanz, eine Erfolgsrechnung und eine Geldfluss- (Kapitalfluss-) -rechnung lesen und interpretieren...
Wie unterscheiden/ergänzen sich die Betrachtungen?
- Sie können Kennzahlen interpretieren und kommentieren
→ Beeinflussung im zeitlichen Verlauf
- Sie kennen die Spannungsfelder im Finanzdreieck und wissen was der Leverage Effekt ist (und wieso dieser Effekt wichtig ist)

Recap Einführung Finanzen:

- Sie kennen die einzelnen Bestandteile des Rechnungswesens
- Sie verstehen die Unterschiede von Finanz- und Betriebsbuchhaltung
- Sie können eine Bilanz, eine Erfolgsrechnung und eine Geldfluss- (Kapitalfluss-) -rechnung lesen und interpretieren
- Sie verstehen, wie Sie dieses Wissen für das Unternehmensplanspiel anwenden können
- Sie kennen die wesentlichen Finanz- und Unternehmenskennzahlen und wissen, wie man diese berechnet. Sie können diese anhand von Benchmarks beurteilen und Sie können Strategien zu Verbesserungen erarbeiten

SW6:

Lernziele:

- Sie verstehen die Unterschiede von Finanz- und Betriebsbuchhaltung
- Sie kennen die Unterschiede zwischen der Vollkosten- und Teilkostenrechnung
- Sie können eine (einfache) Vollkostenrechnung (Kostenarten-, Kostenträger- und Kostenstellenrechnung) erstellen und diese Interpretieren
- Sie verstehen das Prinzip der Teilkostenrechnung und können eine Deckungsbeitragsanalyse und eine Break-Even-Analyse durchführen

SW7:

Lernziele:

- Sie verstehen die Kalkulation (Preisbestimmung) im Industriebetrieb und könne diese anwenden → Preiskalkulation mittels Zuschlagssätzen (BAB)
- Sie verstehen die Kalkulation (Preisbestimmung) im Handelsbetrieb und können diese anwenden → 3Teilige Gesamt-Kalkulation
- Kalkulation Hauptaufgaben:
 - Ermittlung der Selbstkosten
 - Die Preisfindung
 - Die Preisbeurteilung
 - Die Offertenerstellung

SW8:

Lernziele:

- Sie kennen die Aufgaben und Ziele der Materialwirtschaft und wissen, wie diese erreicht werden:
 - Definition
 - Bestandteile der Materialwirtschaft
 - Beschaffungsprozesse
 - Herausforderungen der Lagerung

Zielkontrolle:

- Aufgaben der Materialwirtschaft und Bestandteile
- Beschaffungsprozesse und –Konzepte (order to stock, order to make, JIT, JIS)
- Magisches Dreieck der Materialwirtschaft und Zielkonflikte
- Herausforderungen der Lagerung (XYZ- und ABC-Analysen, Lagerkennzahlen)
- Lagerorganisation und Lagerfunktionen

SW9:

Lernziele:

- Sie **verstehen und kennen** die wesentlichen Aufgaben des Personalmanagements
 - Personalplanung
 - Personalgewinnung
 - Personalentwicklung
 - Personalfreistellung
- Sie wissen, worauf es in den 4 Bereichen des Personalmanagements ankommt und können **Beispiele für Anwendungsbereiche und Zielkonflikte** in der Praxis nennen
- Sie wissen wie man die Zielkonflikte in der Praxis lösen kann

Zusammenfassung:

- Personalplanung: Wie viel? Welche Fähigkeiten? Langfristige Ziele?
- Personalgewinnung: Intern? Extern? Welche Quelle?
- Personalbeurteilung: Ziele wie erreicht? Sagt wer? Neue Ziele?
- Personalentwicklung: Spezifisch, allgemein, Höhe der Kosten?
- Personalthonorierung: Anreize, Motivation, Signalwirkung
- Personalfreistellung: Fehlverhalten Mitarbeiter, schlechte wirtschaftliche Situation (allgemein oder unternehmensspezifisch)

SW10:

Lernziele:

- Sie verstehen die Konzepte der Investitionsrechnung für Sachinvestitionen. Insbesondere die Net Present Value-Methode (NPV)
- Sie können diese Methode auf ein Beispiel aus Ihrer Unternehmensführung anwenden
- Sie kennen weitere Beispiele aus der Praxis
- Sie kennen die Grenzen der Investitionsrechnung und können Unsicherheiten in der langfristigen Betrachtung benennen

SW11:

Lernziele:

- Sie kennen die **Ziele der Leistungserstellung**:
 - Definition von Produktion und Produktionslogistik
 - Produktionsprogrammplanung und –Steuerung
 - Terminierung
 - Fertigungstypen und –verfahren

Zusammenfassung:

- **Produktion und Ziele der Produktionslogistik**: Möglichst effizienter Produktionsprozess (Auslastung, Kapazität, Zeit)
- **Produktionsplanung und –Steuerung**: Produktionsprogramm: Tiefe und Breite; Primär und Sekundärplanung; Kapazitäten und Timing
- **Terminierung/Timing**: Durchlaufzeit, Just in Time, Vor- und Rückwärtsterminierung
- **Kapazitätsplanung**: Auslastung, Maschinenbelegung, Produktionsziele
- **Fertigungstypen**: Einzel-, Serien- und Massenfertigung
- **Fertigungsverfahren**: Werkstatt-, Fließ- und Gruppenfertigung