

## Vorlesung Erfolgsfaktorenmanagement FT 2010

### **Zielgruppe:**

Die Vorlesung richtet sich an Studierende des 9. Trimesters des Master WOW und ist Bestandteil des Pflichtmoduls Unternehmensstrategie und Markterfolg.

### **Organisation:**

Zeit: Dienstag, 15:00-16:30 Uhr, **Beginn: 13.04.10**

Ort: 33/0161

Eine Anmeldung ist nur zur Klausur erforderlich.

### **Prüfung:**

Die Inhalte der Veranstaltung sind prüfungsrelevant für die MA-Modulprüfung „Unternehmensstrategie und Markterfolg“.

### **Lernmaterialien und Inhalte:**

Zur Vorlesung wird ein Skriptum angeboten. Es ist auf der Lehrstuhl-Homepage zum Download bzw. im Lehrstuhlsekretariat als Kopiervorlage erhältlich. Das Skript ersetzt keinesfalls den Besuch der Lehrveranstaltung und/oder das eigene Literaturstudium. Zu jedem Abschnitt werden weiterführende Literaturhinweise gegeben, die in der folgenden Gliederung aufgeführt werden - diese Literaturhinweise sind keineswegs erschöpfend, d.h. es ist darüber hinaus ist eine eigenständige Literaturarbeit erforderlich.

Weitere Informationen zur Einbindung der Veranstaltung in das Lehrkonzept der Professur erhalten Sie im *M&D*Studienführer, der im Sekretariat oder auf der Homepage der Professur erhältlich ist.

## Gliederung der Veranstaltung:

- |  |  |
|--|--|
|  | Kapitelspezifische<br>Literaturhinweise<br>(siehe auch Gesamtliste)                                |
| 1. Grundlagen des Erfolgsfaktorenmanagement  |  |
| 1.1 Erfolgsbegriff in der Betriebswirtschaftslehre                                       | Schiller (2005), S. 540-542<br>(Abschnitt 1.3)   |
| 1.2 Erfolgsfaktoren  | Kutschker/Schmid (2005), S. 801 f.   |
| 1.3 Management von Erfolgsfaktoren   | Steinmann/Schreyögg (2005), S. 5-27  |
| 2. Konzeption der Erfolgsfaktorenforschung   |  |
| 2.1 Erfahrungs- und Erkenntnisgegenstand   | Franz/Kieser (2002), S. 71-82<br>Schweitzer (2004), S. 50-68                                       |
| 2.2 Erklärungsmodelle  | Wolf (2003), S. 1-29   |
| 2.3 Erfolgskonzeptionen in den Wissenschafts-<br>programmen der Betriebswirtschaftslehre | Albach (1997), S. 1258-1278<br>Rühli (2002), S. 113-130<br>Schanz (2004), S. 90-157                |
| 3. Konzepte des Erfolgsfaktorenmanagement  |  |
| 3.1 ROI-Konzept  |  |
| 3.2 Shareholder Value-Ansatz   | Hahn/Hintze (2006), S. 83-113<br>Rappaport (1995), S. 53-80<br>Weissenberger-Eibl 2003, S. 289-305 |
| 3.3 PIMS-Konzept   | Fritz (1995), Sp. 594-607  |
| 3.4 Strategie-Ansätze  | Müller-Stewens/Lechner (2003), S. 3-<br>53   |
| 3.5 Ressourcen- und marktorientierte Ansätze   | Fink/Köhler/Scholtissek (2004), S.62-<br>110.  |
| 3.6 Neue Organisationskonzepte   | Kieser (1996), S. 21-39<br>Drumm (1996), S. 7 ff.  |

## Literaturhinweise:

### Verfügbarkeit

#### *Bücher*

- Fink, D./Köhler, T./Scholtissek, S. (2004), Die dritte Revolution der Wertschöpfung, München 2004. K
- Kutschker, M./Schmid, S. (2005), Internationales Management, München, 4. Auflage, Wien 2005. K
- Müller-Stewens, G./Lechner, Ch. (2003), Strategisches Management, 2. Auflage, Stuttgart 2003. K  
Mag/YL 1167
- Rappaport, A. (1995), Shareholder Value, Wertsteigerung als Maßstab für die Unternehmensführung, Stuttgart 1995. K  
Mag/YA12160
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (2005), Management: Grundlagen der Unternehmensführung, 6. Auflage, Wiesbaden 2005. K  
Mag/YL 4534
- Wolf, J. (2003), Organisation, Management, Unternehmensführung, 1. Auflage, Wiesbaden 2003. K  
Mag/YJ 5865

#### *Beiträge in Zeitschriften oder Sammelwerken*

- Albach, H. (1997), Gutenberg und die Zukunft der Betriebswirtschaftslehre, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 67, 1997, 12, S. 1257 – 1283. K  
Mag/YJ 5521
- Drumm, H. J. (1996), Das Paradigma der Neuen Dezentralisation, in: DBW, 56, 1996, 1, S. 7 – 20. K
- Franz, H./Kieser, A. (2002), Die Frühphasen der Betriebswirtschaftslehre an Hochschulen (1898 – 1932) – Von der Handelstechnik zur Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft, in: Gaugler, E./Köhler, R. (Hrsg., 2002), Entwicklungen der Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 2002, S. 61 – 85. K  
Mag/YJ 5521
- Fritz, W. (1995), Erfolgsfaktoren im Marketing, in: Tietz, B./Köhler, R./Zentes, J. (Hrsg., 1995), Handwörterbuch des Marketing, 2. Aufl., Stuttgart 1995, S. 594 – 607. K  
Mag/YA3791
- Hahn, D./Hintze, M. (2006), Konzepte wertorientierter Unternehmensführung, in: Hahn, D./Taylor, B. (Hrsg., 2006), Strategische Unternehmensplanung – strategische Unternehmensführung, Berlin, Heidelberg 2006, S. 83 – 113. K  
Mag/YM 509
- Kieser, A. (1996), Moden und Mythen des Organisierens, in: Die Betriebswirtschaft, 56, 1996, 1, S. 21 – 39. K
- Rühli, E. (2002), betriebswirtschaftslehre nach dem Zweiten Weltkrieg (1945 – ca. 1970), in: Gaugler, E./Köhler, R. (Hrsg., 2002), Entwicklungen der Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 2002, S. 111 – 133. K

- Schanz, G. (2004), Wissenschaftsprogramme der Betriebswirtschaftslehre, in: Bea, F. X./Friedl, B./Schweitzer, M. (Hrsg., 2004), Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 1: Grundfragen, Stuttgart 2004, S. 83 – 161. K  
Mag/YK5266-1
- Schiller, U. (2005), Kostenrechnung, in: Bitz, M./Domsch, M./Ewert, R./Wagner, F. W. (Hrsg., 2005), Vahlens Kompendium der Betriebswirtschaftslehre, München 2005, S. 537 – 612. K  
Mag/YL4478-1
- Schweitzer, M. (2004), Gegenstand und Methoden der Betriebswirtschaftslehre, in: Bea, F. X./Friedl, B./Schweitzer, M. (Hrsg., 2004), Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 1: Grundfragen, Stuttgart 2004, S. 23 – 82. K  
Mag/YK5266-1
- Weissenberger-Eibl, M. A. (2003), Unternehmenswert aus Sicht eines nachhaltigen Managementmodells – Stakeholder- und Customer-Value, in: Meyer, A. (Hrsg., 2003), Unternehmensbewertung und Basel II, Köln 2003, S. 289 – 305. K

K = Als Kopiervorlage im Lehrstuhlsekretariat erhältlich