

Dipl.-Kfm. Sascha Steinmann
Universität Siegen
Lehrstuhl für Marketing
steinmann@marketing.uni-siegen.de

Unternehmensplanung SS 2010

Lernfragen

Bitte beachten Sie: Die nachfolgenden Lernfragen decken nicht den gesamten Inhalt der Vorlesung ab, sondern fokussieren auf einzelne Teilbereiche. Die ausschließliche Beschäftigung mit diesen Aufgaben kann somit die detaillierte Auseinandersetzung mit den Inhalten der Veranstaltung im Rahmen der Klausurvorbereitung **nicht** ersetzen, sondern lediglich unterstützen.

Kapitel 1: Strategisches Management und strategische Planung

1-1. Erläutern Sie die Entwicklung des strategischen Denkens im Rahmen der Unternehmensplanung. Gehen Sie hierbei auch kurz auf die Veränderungen im Unternehmensumfeld und bezüglich der Komplexität des Unternehmens ein.

1-2. Erläutern Sie den Begriff der Strategie nach dem klassischen Begriffsverständnis und nach dem Verständnis der Mintzberg-Schule. Welche wesentlichen Unterschiede bestehen zwischen diesen beiden Sichtweisen im Hinblick auf das strategische Management eines Unternehmens.

1-3. Erläutern Sie kurz die Wachstumsstrategien nach Ansoff. Grenzen Sie die einzelnen Strategien anhand des jeweiligen Marktumfelds und der angebotenen Produkte oder Leistungen voneinander ab.

1-4. Erläutern Sie kurz die Wettbewerbsstrategien nach Porter. Grenzen Sie die einzelnen Strategien anhand des potenziellen strategischen Vorteils und im Hinblick auf die strategischen Zielobjekte voneinander ab.

1-5. Erläutern Sie den Begriff der Planung. Skizzieren Sie hierbei kurz die Veränderungen im Verständnis des Planungsbegriffs von den 50'er Jahren des 20. Jahrhunderts bis heute und nenne Sie mögliche Gründe für die Veränderungen des Begriffsverständnis.

1-6. Welche unterschiedlichen Planungsebenen können grundsätzlich voneinander unterschieden werden? In wie weit unterschieden sich die einzelnen Planungsebenen im Hinblick auf den Zeithorizont, die betrachteten Zielgrößen, die Gestaltungsvariablen und Handlungsalternativen, den Detaillierungsgrad, ihrem organisatorischen Bezug und der organisatorischen Verankerung?

1-7. Welche idealtypischen Merkmale sollte die Unternehmensplanung beinhalten?

Kapitel 2: Normative Grundlagen der Unternehmensplanung

2-1. Erläutern Sie den Begriff des normativen Managements. Gehen Sie hierbei auch auf die Begriffe Vision, Mission und Leitbild ein.

2-2. Erläutern Sie den Begriff der Unternehmenskultur.

2-3. Welche positiven und negativen Effekte der Unternehmenskultur sind grundsätzlich denkbar? Begründen Sie ihre Antwort.

Kapitel 3: Unternehmensziele

3-1. Was ist unter dem Begriff Unternehmensziel zu verstehen? Welche Funktionen erfüllen die unterschiedlichen Ziele eines Unternehmens?

3-2. Anhand welcher Kriterien lassen sich die Unternehmensziele unterscheiden?

3-3. Welche Anspruchsgruppen sind bei der Unternehmensplanung zu berücksichtigen? Zeigen Sie diesbezüglich die Unterschiede zwischen dem Shareholder- und dem Stakeholder-Ansatz auf.

3-4. Erläutern Sie den Begriff der Corporate Social Responsibility (CSR). Auf welche Bereiche bezieht sich ein sozial verantwortliches sowie nachhaltiges unternehmerisches Handeln? Warum wird die Berücksichtigung der hiermit verbundenen Sichtweise im Rahmen der Unternehmensplanung immer wichtiger?

Kapitel 4: Planungsebenen und Planungsverfahren

4-1. Grenzen sie verschiedene Planungsarten bzw. Planungsverfahren anhand der Kriterien Organisatorischer Geltungsbereich, Funktionsbereiche, Zentralisierungsgrad, Überarbeitungs- bzw. Anpassungsprozesse, Abstimmung der Teilpläne, Operationalisierung sowie der Fristigkeit voneinander ab.

4-2. Erläutern Sie den Top-down und den Bottom-up Ansatz der Unternehmensplanung.

Kapitel 5: Phasen des Planungsprozesses

5-1. Nennen und erläutern Sie kurz die einzelnen Teilschritte der Zielbildung innerhalb der Unternehmensplanung.

5-2. Grenzen Sie deduktive Zielsysteme von induktiven Zielsystemen von Unternehmen voneinander ab.

5-3. Ein bekanntes und weit verbreitetes deduktives Zielsystem ist das DuPont-Kennzahlensystem. Welche Vor- und Nachteile sind mit einem derartigen Zielsystem verbunden.

5-4. Erläutern Sie kurz das Konzept der Balanced Scorecard. Welche Gründe sprechen für die Berücksichtigung dieses Ansatzes im Rahmen der Formulierung und Koordination unterschiedlicher Unternehmensziele?

5-5. Erläutern Sie die Wertkette nach Porter. Gehen Sie hierbei auch auf die primären und unterstützenden Aktivitäten der Wertschöpfung ein. Welche Unterschiede ergeben sich zwischen der Wertkette von Porter und der modifizierten Wertkette? Welche Sichtweise halten Sie für sinnvoller? Begründen Sie Ihre Antwort!

5-6. Erläutern Sie die Unterschiede zwischen dem Mikro- und dem Makroumfeld einer Unternehmung. Welche Beziehungen ergeben sich zwischen dem Mikro- und dem Makroumfeld einer Unternehmung und dem Wettbewerb innerhalb einer Branche? Gehen Sie bei Ihrer Antwort auch darauf ein, in wie weit eine Unternehmung durch ihr Umfeld beeinflusst wird bzw. wie sie selber Einfluss auf ihr Umfeld nimmt. Begründen Sie Ihre Antwort!

5-7. Erläutern Sie das Modell der „five forces“ vom Porter zur Beurteilung der Attraktivität einer Branche. Berücksichtigen Sie hierbei auch die Aspekte der Marktmacht einzelner Akteure und potenzieller Bedrohungen für den Wettbewerb innerhalb einer Branche.

5-8. In wie weit unterscheidet sich das „Co-opetion-Modell“ von Brandenburger & Nalebuff von der von Porter eingenommenen Sichtweise. Gehen Sie hierbei insbesondere auf die Unterscheidung zwischen Konkurrenten und Komplementoren ein.

5-9. Erläutern Sie das Konzept der SWOT-Analyse. In wie weit kann dieser Ansatz zur Strategiebildung beitragen. Begründen Sie ihre Antwort!

Weitere Lernfragen zu den Inhalten des fünften Kapitels werden in den nächsten Wochen schrittweise ergänzt!!!