

Herbstsemester 2023

Montag 10.15-12.00 Uhr und Mittwoch 10.15-12.00 Uhr: Biozentrum, Maurice E. Müller Saal U1.111, ausser

Mittwoch, 04.10., 18.10., 01.11., 15.11., 29.11., jeweils 10.15-12.00 Uhr: Tutorien via Zoom

## **Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (BWL)**

Bachelor-Grundstudium: 4 SWS, 6 CP

### **Lernziele:**

Die Veranstaltung gibt eine Einführung zu den zentralen Inhalten der Betriebswirtschaftslehre, indem einerseits die betrieblichen Zusammenhänge dargestellt werden, andererseits auch die Einbindung von Unternehmen in die gesamtwirtschaftlichen Prozesse vorgenommen wird. Die Veranstaltung setzt sich im Kern mit Fragen der Existenz, der Entwicklung und dem Bestehen von Unternehmen auf Märkten auseinander. Die Studierenden sollen lernen, warum Unternehmen auf realen, unvollkommenen Märkten entstehen und wie sie sich verändern. Weiterhin soll geklärt werden, warum nicht alle ökonomischen Entscheidungen über den Marktmechanismus koordiniert werden und warum nicht jegliche Produktion von einem einzelnen Mega-Unternehmen realisiert wird. Ausserdem erfahren die Studierenden, wie Unternehmen auf Dauer wettbewerbsfähig sein können. Schliesslich möchte die Veranstaltung vermitteln, auf welche Weise die verschiedenen betrieblichen Funktionsbereiche dazu beitragen können, die Wettbewerbsfähigkeit einer Unternehmung zu bewahren bzw. auszubauen.

### **Inhalt:**

#### **Teil I: Gegenstand und Methoden der BWL**

##### **1. Einleitung**

- 1.1. BWL als Teildisziplin der Wirtschaftswissenschaften
- 1.2. Bedürfnisse und Güter
- 1.3. Träger der Wirtschaft
- 1.4. Unternehmensziele und Stakeholder-Management
- 1.5. Wertschöpfung
- 1.6. Ausblick

##### **2. Unternehmenstheoretische Grundlagen**

- 2.1. Produktion bei vollkommener Konkurrenz
- 2.2. Transaktionskostentheorie
- 2.3. Informationsökonomie
- 2.4. Ressourcenbasierter Ansatz der Unternehmung
- 2.5. Zusammenfassung und Fazit

## Teil II: Unternehmensführung

### 3. Strategie I: Der Prozess des Strategischen Managements

- 3.1. Identifikation von Unternehmenszweck, Vision, Ziel, Mission
- 3.2. Externe und interne Analyse
- 3.3. Formulierung von Strategien
- 3.4. Implementierung und Evaluation von Strategien

### 4. Strategie II: Wachstumsstrategien

- 4.1. Wachstum und Grenzen der Unternehmung
- 4.2. Alternative Wachstumsstrategien
- 4.3. Internes Wachstum
- 4.4. Externes Wachstum durch Mergers & Acquisitions
- 4.5. Externes Wachstum durch strategische Allianzen
- 4.6. Internationalisierung und multinationale Unternehmen
- 4.7. Wachstum und Unternehmenstheorie

### 5. Organisation

- 5.1. Corporate Governance
- 5.2. Organisationskultur
- 5.3. Aufbauorganisation
- 5.4. Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility

### 6. Leadership

- 6.1. Zur Notwendigkeit der Mitarbeiterführung
- 6.2. Eindimensionale Führungsstile
- 6.3. Zweidimensionale Führungsstile
- 6.4. Situative Führungsstile
- 6.5. Managementmodelle
- 6.6. Motivation von Mitarbeitern

### 7. Personalmanagement

- 7.1. Die Rolle des Personalmanagements innerhalb der Unternehmung
- 7.2. Beginn und Beendigung von Beschäftigungsverhältnissen
- 7.3. Entwicklung und Leistungsbeurteilung von Mitarbeitern
- 7.4. Lohnsysteme
- 7.5. Stakeholder-Management im Personalbereich
- 7.6. Zusammenfassung und Fazit

## Teil III: Wertschöpfung

### 8. Beschaffungsmanagement

- 8.1. Organisatorische Eingliederung der Beschaffung
- 8.2. Materialwirtschaft
- 8.3. Strategischer Einkauf
- 8.4. Stakeholder-Management in der Beschaffung
- 8.5. Logistik

- 8.6. Supply Chain Management
- 8.7. Zusammenfassung und Fazit

## **9. Produktionsmanagement**

- 9.1. Überblick und begriffliche Grundlagen
- 9.2. Produktionsverfahren
- 9.3. Lean Production und Total Quality Management
- 9.4. Stakeholder-Management in der Produktion
- 9.5. Strategie und Produktion
- 9.6. Zusammenfassung und Fazit

## **10. Marketing und Vertrieb**

- 10.1. Überblick und begriffliche Grundlagen
- 10.2. Marktnachfrage und Konsumentenverhalten
- 10.3. Stimulierung der Produktnachfrage
- 10.4. Preisstrategien und Marktstruktur
- 10.5. Preisdiskriminierung
- 10.6. Preispolitik bei mehreren Produkten
- 10.7. Preispolitik und der Produktlebenszyklus

## **Teil IV: Finanzmanagement**

### **11. Rechnungswesen und Corporate Finance**

- 11.1. Disziplinen des Finanzmanagements
- 11.2. Rechnungswesen: Überblick und Organisation
- 11.3. Corporate Finance: Überblick und Organisation
- 11.4. Stakeholder-Management im Rechnungswesen
- 11.5. Stakeholder-Management im Corporate Finance

### **Literatur:**

Zu dieser Lehrveranstaltung hat der Pearson-Verlag ein massgeschneidertes Lehrbuch mit dem Titel der Vorlesung **«Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (BWL)»** erstellt. In diesem Buch sind ausgewählte Kapitel aus einer Reihe anderer Lehrbücher des Pearson-Verlags zusammengestellt. Das massgeschneiderte Lehrbuch kann ausschliesslich über die Buchhandlung Bider & Tanner in Basel (am Bankverein) bezogen werden. Eine Anschaffung wird empfohlen. Der Anschaffungspreis ist mit CHF 58 studierendenfreundlich gehalten.

## Detaillierte Literaturangaben:

Kapitel der Vorlesung	Kapitel im Buch
1. Einleitung	1, 2
2. Unternehmenstheoretische Grundlagen	3,4
3. Strategie I: Der Prozess des strategischen Managements	5
4. Strategie II: Wachstumsstrategien	6, 7
5. Organisation	8, 9, 10, 11
6. Leadership	12
7. Personalmanagement	13, 14
8. Beschaffungsmanagement	15, 16
9. Produktionsmanagement	15, 16
10. Marketing und Vertrieb	17, 18
11. Rechnungswesen und Corporate Finance	19, 20, 21

## Terminplanung:

Mittwoch, 20. September	Kapitel 1: Einleitung
Montag, 25. September	Kapitel 2: Unternehmenstheoretische Grundlagen
Mittwoch, 27. September	Kapitel 2: Unternehmenstheoretische Grundlagen
Montag, 2. Oktober	Kapitel 2: Unternehmenstheoretische Grundlagen
<b>Mittwoch, 4. Oktober</b>	<b>Tutorien via Zoom</b>
Montag, 9. Oktober	Kapitel 3: Strategie I
Mittwoch, 11. Oktober	Kapitel 4: Strategie II
Montag, 16. Oktober	Kapitel 4: Strategie II
<b>Mittwoch, 18. Oktober</b>	<b>Tutorien via Zoom</b>
Montag, 23. Oktober	Kapitel 5: Organisation
Mittwoch, 25. Oktober	Kapitel 5: Organisation
Montag, 30. Oktober	Kapitel 5: Organisation
<b>Mittwoch, 1. November</b>	<b>Tutorien via Zoom</b>
Montag, 6. November	Kapitel 6: Leadership
Mittwoch, 8. November	Kapitel 7: Personalmanagement
Montag, 13. November	Kapitel 8: Beschaffungsmanagement
<b>Mittwoch, 15. November</b>	<b>Tutorien via Zoom</b>
Montag, 20. November	Kapitel 9: Produktionsmanagement
Mittwoch, 22. November	Kapitel 10: Marketing und Vertrieb
Montag, 27. November	Kapitel 10: Marketing und Vertrieb
<b>Mittwoch, 29. November</b>	<b>Tutorien via Zoom</b>
Montag, 4. Dezember	Kapitel 11: Rechnungswesen und Corporate Finance
Mittwoch, 6. Dezember	Probeklausur