

Syllabus

Course description

Course title	Business Administration
Course code	27044
Scientific sector	SECS-P/08
Degree	Economics and Social Sciences
Semester and academic year	2nd semester, a.y. 2018/2019
Year	1 st year for students enrolled 2018/2019 2 nd year for students enrolled 2017/2018 1 st year for student enrolled before 2017/2018
Credits	8
Modular	No

Total lecturing hours	48
Total lab hours	--
Total exercise hours	--
Attendance	Highly suggested, but not required
Prerequisites	none preferably basic understanding of economic processes
Course page	https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/bachelor-economics-social-sciences/

Specific educational objectives	The course refers to the basic educational activities and belongs to the scientific area of Business Administration. The course 'Introduction to Business Administration' provides an introduction to the key aspects of business administration. It is designed to provide a framework for the analysis of the problems encountered by the general manager and decisions he has to make. Students are introduced to the concepts and techniques used by managers for strategic and for operational decisions. The course introduces students to key issues in strategic management and the most important primary and secondary activities of a value chain (Marketing, Sales, Operations, Finance, Accounting, Organization, Human Resource Management, Leadership). Students acquire a basic understanding of the decisions a manager has to make in each of these activities, what the most important analytical tools are, and will understand business firms as integrated organizations composed of a number of specialized functions. Besides providing participants with basic knowledge in managing complex organizations, the course tries to foster initiative taking, critical thinking, analytic and communication skills.
--	--

Lecturer	Michael Rohloff
-----------------	-----------------

	Office E310 e-mail: Michael.Rohloff@unibz.it tel. 0471 013134 https://www.unibz.it/it/faculties/economics-management/academic-staff/
Scientific sector of the lecturer	SECS-P/08
Teaching language	German
Office hours	24 hours Cockpit – students' zone – individual timetable Webpage: https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=13016%2C13141
Lecturing assistant	--
Teaching assistant	--
Office hours	--
List of topics covered	Fundamentals of • Strategic and operational management • Primary functions (Marketing, Sales, Operations) • Supporting function (Finance, Accounting, Organization, HRM, Leadership)
Teaching format	Lectures, discussions, case studies

Learning outcomes	Knowledge and understanding Students learn • Basic understanding of the core elements of business models and how they are implemented, • the basic concepts of strategic management (e.g., vision, objectives, strategic analysis, strategy formulation, corporate strategy, business level strategy), • the foundations of an organization's primary functions (e.g., Marketing, Sales, Operations), • the foundations of supporting functions (e.g., Finance, Accounting, Organization, HRM, Leadership). Applying knowledge and understanding Students learn to apply the new knowledge with regard to • analyzing markets and industries as well as a company's strengths and weaknesses • formulate business level and corporate level strategies • analyzing effectiveness and efficiency of an organization's functions • motivating and leading people in organizations Making judgments Applying the new knowledge embraces the need to critically evaluate the management problem with regard to social, economic and ecological dimensions through gathering and interpret relevant data.
--------------------------	--

	Communication skills In-class discussion and cases studies develop communication skills. Learning skills The need to gather and interpret data from different sources to solve or at least illustrate management problems advances learning skills.
--	---

Assessment	final written exam of 120 Minutes (100%)
Assessment language	German
Evaluation criteria and criteria for awarding marks	correct answers based on the knowledge provided in readings, text books, slides and verbal information. • Working knowledge of business terminology and principal concepts, • Understanding of business tasks and interfaces, • Assessment of business cases, application of management methods

Required readings	Vahs, D. / Schäfer-Kunz, J. (2015): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (7th Edition). Stuttgart, Schäfer-Poeschel. Osterwalder, A./ Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers, Wiley and Sons , Hoboken, New Jersey alternative: Straub, T. (2014): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, Pearson Wöhe, G./Dö g, U./ Brösel, G. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (26th Edition), München, Vahlen
Supplementary readings	A list of articles may be distributed in class

Syllabus

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Titel der Lehrveranstaltung	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Code der Lehrveranstaltung	27044
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich der Lehrveranstaltung	SECS-P/08
Studiengang	Ökonomie und Sozialwissenschaften
Semester und akademisches Jahr	2. Semester, a.J. 2018/2019
Studienjahr	1. Studienjahr für Studenten der Kohorte 2018/2019 2. Studienjahr für Studenten der Kohorte 2017/2018 1. Studienjahr für Studenten der vorherigen Kohorten
Kreditpunkte	8
Modular	Nein

Gesamtanzahl der Vorlesungsstunden	48
Gesamtzahl der Laboratoriumsstunden	--
Gesamtzahl der Übungsstunden	--
Anwesenheit	die Teilnahme wird sehr empfohlen; aber sie ist nicht Pflicht
Voraussetzungen	nicht vorgesehen
Link zur Lehrveranstaltung	https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/bachelor-economics-social-sciences/

Spezifische Bildungsziele	Die Lehrveranstaltung ist den grundlegenden Bildungstätigkeiten zuzuordnen und gehört dem Fachbereich Betriebswirtschaftslehre an. Der Kurs „Allgemeine Betriebswirtschaftslehre“ führt in die wichtigsten Teilbereiche der Betriebswirtschaftslehre ein. Er vermittelt einen Bezugsrahmen für die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Probleme und Entscheidungen im Unternehmen. Die Studierenden erhalten eine Einführung in Theorien und Modelle, die Führungskräfte bei strategischen und operativen Entscheidungen anwenden. Es werden Kernfragen des strategischen Managements sowie zentrale Aspekte der wichtigsten primären und sekundären Tätigkeiten der Wertschöpfungskette behandelt (Marketing, Vertrieb, Produktion, Logistik, Finanzwirtschaft, Rechnungswesen, Organisation, Human Resource Management, Führung). Die Studierenden erhalten ein Grundverständnis der wichtigsten Managemententscheidungen in diesen Bereichen, einen Überblick über die wichtigsten Analyse- und Entscheidungsinstrumente und einen ganzheitlichen Überblick über die Zusammenhänge der einzelnen Funktionsbereiche. Neben einem Grundverständnis über
----------------------------------	--

	die Führung komplexer Organisationen fördert der Kurs kritisches und analytisches Denken sowie Kommunikationsfähigkeiten.
--	---

Dozent	Michael Rohloff Office E310 e-mail: Michael.Rohloff@unibz.it tel. 0471 013134 https://www.unibz.it/it/faculties/economics-management/academic-staff/
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich des Dozenten	SECS-P/08
Unterrichtssprache	Deutsch
Sprechzeiten	24 Sprechstunden Webpage: https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=13016%2C13141
Beauftragter für Übungsstunden	--
Didaktischer Mitarbeiter	--
Sprechzeiten	--
Auflistung der behandelten Themen	Grundlagen • Des strategischen und operativen Managements • Der primären Funktionen im Unternehmen (Marketing, Vertrieb, Produktion und Logistik) • Der sekundären Funktionen im Unternehmen (Finanzwirtschaft, Rechnungswesen, Organisation, Human Resource Management und Leadership)
Unterrichtsform	Vortrag, Diskussionen, Fallstudien

Erwartete Lernergebnisse	Wissen und Verstehen Studierende erwerben Kenntnisse über • Grundverständnis von Geschäftsmodellen und deren wesentliche Gestaltungselemente • Die wichtigsten Konzepte im Strategischen Management (z.B. Vision, Strategische Analyse, Strategieformulierung, Unternehmens- und Geschäftseinheitsstrategie) • Die Grundlagen der primären Funktion im Unternehmen (z.B. Marketing, Vertrieb, Produktion, Logistik) • Die Grundlagen der sekundären Funktionen im Unternehmen (z.B. Finanzwirtschaft, Rechnungswesen, Organisation, HRM, Führung). Anwenden von Wissen und Verstehen Studierende lernen die Anwendung der Theorien und Methoden • Zur Analyse von Branchen, Märkten sowie Stärken und Schwächen von Unternehmen • Zur Formulierung von Unternehmens- und
---------------------------------	--

	Geschäftsbereichsstrategien • Zur Analyse der Effektivität und Effizienz der Funktionsbereiche • Zur Motivation und Führung von Mitarbeitern Urteilen Die Anwendung des Wissens erfordert auch die kritische Beurteilung von Managementproblemen hinsichtlich sozialer, ökonomischer und ökologischer Dimensionen durch Sammlung und Interpretation relevanter Daten. Kommunikation Diskussionen während der Lehrveranstaltung und die Bearbeitung von Fallstudien fördern die Entwicklung von kommunikativen Fähigkeiten Lernstrategien Das selbständige Sammeln und Interpretieren von Informationen aus unterschiedlichen Quellen zur Lösung von Managementproblemen (z.B. bei der Lösung von Fallstudien) trägt zur Entwicklung von Lernfähigkeiten bei.
--	---

Art der Prüfung	Schriftliche Schlussprüfung im Umfang von 120 Minuten (100%)
Prüfungssprache	Deutsch
Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung	Richtigkeit der Antworten auf Basis des Wissens, das über die Lehrveranstaltungsunterlagen und Bücher vermittelt wird. • sicherer Umgang mit betriebswirtschaftlicher Terminologie und grundlegender Konzepte, • Verständnis betrieblicher Aufgaben und ihrer Zusammenhänge, • Beurteilung betrieblicher Problemstellungen, Anwendung von Managementmethoden

Pflichtliteratur	Vahs, D. / Schäfer-Kunz, J. (2015). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (7. Auflage), Stuttgart, Schäfer-Poeschel Osterwalder, A./ Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers, Wiley and Sons, Hoboken, New Jersey Deutsche Ausgabe: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Verlag 2011 alternativ: Straub, T. (2014), Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, Pearson Wöhe, G./ Döring, U./ Brösel, G. (2016), Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (26. Auflage), München, Vahlen
Weiterführende Literatur	Weitere Artikel werden während der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.