

A photograph of several chess pieces (a king, a rook, a knight, a pawn, and a bishop) placed on a business chart. The chart features a bar graph on the left and a line graph on the right, both with a light blue color scheme. The chess pieces are arranged in a line across the chart, with a white king on the left, a black rook, a white knight, a black pawn, and a white bishop on the right. The background is a light, neutral color.

# STRATEGY, MANAGEMENT & MARKETING

# AGENDA

1. Fragestellungen & Einsatzgebiet nach dem Studium
2. Ziel
3. Kompetenzerwerb, Lehrstühle, Module
4. Leistungserbringung, Zusatzangebote & Masterarbeit
5. Benefits

# FRAGESTELLUNGEN IN SMM

- Mit welchen Mitteln sollen **Wettbewerbsvorteile** erreicht werden?
- Wie soll die **Struktur des Unternehmens** ausgestaltet und angepasst werden, um die angestrebte Position im Wettbewerb zu erreichen, zu halten und auszubauen?
- Welche **Managementkonzepte und -instrumente** können die Strategie der Organisation unterstützen?
- Mit welchen **Marketinginstrumenten** sollen die Märkte des Unternehmens bearbeitet werden?

# EINSATZGEBIETE

## Praxis

- Projektmanager
- Assistent der Geschäftsleitung
- Marketing-/Absatzabteilung
- Produktmanager
- Key-Account-Manager
- Strategie-, Marketing-, Organisations- und Personalberatungen
- mittlere und obere Managementebene

## Universität

- Promotion in Marketing, International Management & Organisation

# ZIEL



Vorbereitung auf Unternehmensführung bzw. (strategische) markt- und ressourcenorientierte Unternehmenssteuerung

# KOMPETENZERWERB

## Fachwissen

- Marketing
- International Management
- Organisation
- **plus** breite Fächerauswahl anderer Bereiche

## Forschung

- Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Orientierung
- Theoretisch fundiert, empirisch und methodisch plural
- Qualitative, Quantitative, Konzeptionelle Forschungsdesigns

# LEHRSTÜHLE



## **ABWL & Marketing**

Prof. Dr. Gianfranco Walsh (Schwerpunktsprecher)



## **ABWL Organisation, Führung & HRM**

Prof. Dr. Peter Walgenbach



## **ABWL Strategisches & Internationales Management**

Prof. Dr. Mike Geppert

# MODULE

| Modulcode | Titel  | LP |
|-----------|--|----|
| MW10.1    | Supply Chain Management  | 6  |
| MW10.2    | Geschäftsprozessmanagement   | 6  |
| MW10.3    | Ablaufplanung in Produktion und Logistik                                     | 6  |
| MW12.1    | Financial Risk Management und Derivate                                       | 6  |
| MW12.2    | Finanzkontrakte, asymmetrische Information und Corporate Governance          | 6  |
| MW12.3    | Finanzmanagement, Intermediation und Kapitalmarkt                            | 6  |
| MW12.6    | Risikomanagement, monetäre Risikomaße und Hedging                            | 6  |
| MW17.1    | Decision Making  | 6  |
| MW17.3    | Project Management and Scheduling  | 6  |
| MW17.5    | Produktion und Logistik in der Automobilindustrie                            | 6  |
| MW24.1    | Empirical Methods  | 6  |
| MW31.1    | Business Intelligence  | 6  |
| MW31.2    | Business Process Management  | 6  |
| MW31.3    | Business Decision Support Techniques   | 6  |
| MW31.4    | e-Business   | 6  |
| MW31.6    | Data and Knowledge Management  | 6  |
| MW32.3    | Business History   | 6  |
| MW35.1    | Theoretische Grundlagen der Gestaltung wirtschaftsberuflicher Lernumgebungen | 5  |

## Wahlpflichtbereich I

min. sechs der folgenden Module

## Wahlpflichtbereich II

ein oder zwei der folgenden Module,  
min. eins aus 11.X, 13.X, 16.X

## Wahlpflichtbereich III

bis zu zwei Module

## ACHTUNG

Verfügbarkeit von Modulen zeitlich  
berücksichtigen & einplanen!



# ARTEN DER LEISTUNGSERBRINGUNG

## Prüfungen

- Klausuren
- Fallstudien
- Gruppenarbeit
- Empirische Datenerhebung & Auswertung
- Forschungskolloquium

## Klausuren

- teilweise MC-Fragen
- offene Prüfungsaufgaben
- Essay-Fragen (Orga & IM)
- Rechenaufgaben (Marketing)

# ZUSATZANGEBOTE

## Kolloquium Wissenschaftliches Arbeiten (KWA)

- fakultativ für alle
- Voraussetzung für eine Abschlussarbeit an den drei LS
- 0 ECTS
- **TIPP:** so früh wie möglich besuchen

## Forschungskolloquium

- fakultativ
- Anleitung zur Forschung durch Prof. Dr. Walgenbach + Mitarbeiter (Start: 17.10.)
- Prof. Dr. Walsh "Conducting Marketing Research: Theory and Methods" (Start: 15.10.)

## Doktorandenkolloquium

- Organisation, Führung & HRM, Strategisches & Internationales Management
- Besuch für Promotionsinteressierte möglich

# KOLLOQUIUM WISS. ARBEITEN

## Ziel

Vorbereitung auf die wissenschaftliche und forschungsorientierte Abschlussarbeit

## Inhalte

1. Forschungsfragen entwickeln
2. Theorie(n)
3. Lesen und Diskussion wissenschaftlicher Artikel
4. Forschungsdesigns
5. Qualitative Forschungsmethoden
6. Quantitativer Methodenkurs I (SPSS)
7. Quantitativer Methodenkurs II (SPSS)
8. Wissenschaftliches Schreiben I
9. Wissenschaftliches Schreiben II und „What makes a good paper?“

# MASTERARBEIT

## Allgemeine Voraussetzungen

- erfolgreicher Besuch mehrerer Vorlesungen des entsprechenden Lehrstuhls
- erfolgreicher Besuch des entsprechenden Seminars
- Besuch des KWA

## Spezielle Voraussetzungen & Formalien

- siehe Homepage des Lehrstuhls

## Erwartungshaltung

- 25% der Endnote
- 4 Monate Bearbeitungszeit
- **wissenschaftliche** Arbeit
- häufig empirische Arbeit inkl. Datenerhebung & Auswertung

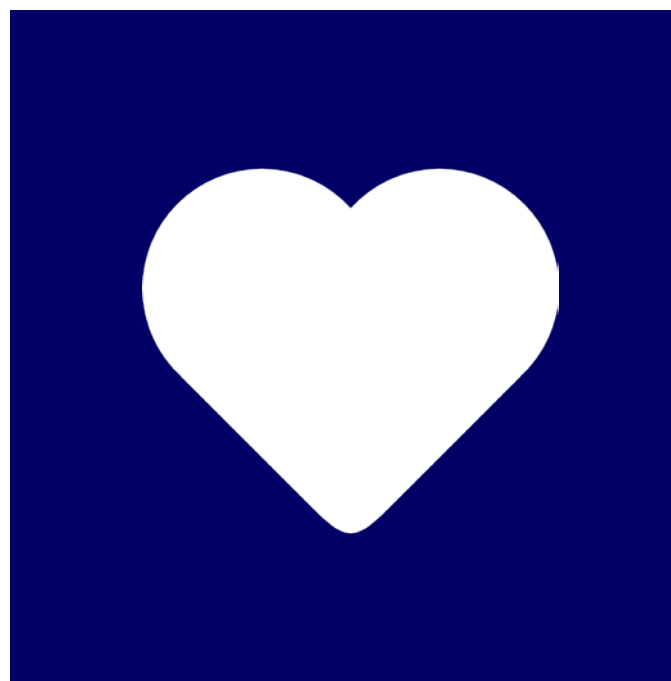
# BENEFITS

wissenschaftliche  
Methoden und  
Arbeitsweise



breit gefächerte und  
abwechslungsreiche  
Aufgabenstellungen

fundiertes Fachwissen  
für mittlere und obere  
Managementebene



Freude an  
spannenden  
Themengebieten

# BEI MARKETINGFRAGEN

**Vivienne  
Schünemeyer**

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

**FRIEDRICH-SCHILLER-UNIVERSITÄT JENA**

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

Lehrstuhl für ABWL/ Marketing

Carl-Zeiß-Straße 3

07743 Jena

Telefon: 03641 / 9-43113

Raum 4.11