

Wahlpflichtfach zum Praktikum im WS 2009/2010:

International Economics

Course Description & Objectives:

Courses in microeconomic analysis typically have the reputation of being among the most challenging in any curriculum. The reputation is well deserved -- that should be admitted at the outset. But, despite the analytical rigor which characterizes the course, microeconomic analysis is the heart of economics and strategy.

Economics in general and this course in particular, are designed to provide students with an understanding of how various economic concepts and economic tools are used in strategy. The intent here is to integrate theory and application. Theory is only justified by its power of application in this course.

We will examine the basic economic concepts of supply and demand, elasticity, and the horizontal and vertical boundaries of the firm. We will do our best to apply each concept to your work environment.

Learning Objectives

1. Understand the economics behind the horizontal and vertical boundaries of the firm
2. Understand the importance of information in decision making
3. Understand how transactions cost affect the make/buy decision
4. Understand basic economic concepts of elasticity and supply and demand.

Learning Objectives

5. Understand how market structure affects profitability
6. Understand how different pricing strategies work and the benefits of these strategies
7. Understand the effects of commitment, entry and exit on profitability.

Erwartete Prüfungsleistung:

- Studienarbeit, Umfang 8 - 10 Seiten, Schriftgrad Arial 11

Termin:

- 01.02 - 4.02.2010 Mo-Do, jeweils 9:00 - 17:00 Uhr

Für Fragen wenden Sie sich bitte per Mail an: lisa-marie.maier@hm.edu

Wahlpflichtfach zum Praktikum im WS 2009/2010:

Herausforderungen im Aftersalesgeschäft eines Automobilherstellers

Lernziele:

- Den Studierenden soll ein Überblick über die Strukturen, die Kernprozesse, die Key Performance Indicators und die strategischen Herausforderungen des Aftersalesgeschäfts eines Automobilherstellers gegeben werden.

Studieninhalte:

- Überblick über allgemeine Rahmenbedingungen und typische Geschäftsfelder im Aftersales
- Strukturen und Ebenen im Bereich Aftersales
- Überblick über die Kernprozesse im Bereich Aftersales
- Key Performance Indicators, deren Bestimmung, Verwendung und Zusammenhänge
- Strategische Herausforderungen im Aftersalesgeschäft bis 2015

Wesentliche Abschnitte der Veranstaltung:

- Block 1:
Überblick über allgemeine Rahmenbedingungen und typische Geschäftsfelder im Aftersales.
- Block 2:
 - Strukturen, Ebenen und Kernprozesse im Überblick
 - Zentrale und dezentrale Strukturen, Retail
 - Überblick über Kernprozesse:
 - Supply Chain Planning
 - Order Fulfillment
 - Warehouse Management
 - Finanzen
- Block 3:
 - Überblick über ausgewählte Key Performance Indicators, deren Zusammenhänge und Nutzung zur Steuerung des Geschäfts mit Beispielen pro Kernprozess
- Block 4:
 - Strategische Herausforderungen für Hersteller, Lieferanten und Dienstleister
 - Summary über die 4 Blockveranstaltungen

Erwartete Prüfungsleistung:

- Die Studentinnen und Studenten erstellen jeweils eine Studeinarbeit zu einem ausgewählten Thema der Veranstaltung, Umfang 8 Seiten (Arial 11).

Termine:

- 29. und 30.1.2010 sowie 5. und 6.2.2010, jeweils von 9:00 - 17:00 Uhr