

Inhaltsverzeichnis

1. Das Fach "Unternehmenskooperation":.....	1
2. Lehrveranstaltungen	1
2.1. TeilnehmerInnenkreis	1
2.2. Ausbildungsziele	2
2.3. Kombinationsfächer	3
2.4. Überblick über das Lehrprogramm	3
2.5. Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen	5
2.6. Anmerkungen zu Importfächern.....	7

1. Das Fach "Unternehmenskooperation":

Gegenstand des Faches, einer Besonderer Betriebswirtschaftslehre, ist das Management zwischenbetrieblicher Beziehungen in allen seinen Formen. Zwischenbetriebliche Beziehungen nehmen in der Praxis, etwa im Fall des Kaufs einer Ware oder Dienstleistung, häufig eine marktliche Form an. Zwischenbetriebliche Beziehungen werden aber auch hierarchisch koordiniert, etwa im Falle von Konzernen. Eine zunehmende Verbreitung finden netzwerkförmige Organisationsformen ökonomischer Aktivitäten, etwa im Fall der am japanischen Leitbild orientierten Reorganisation der europäischen und U.S.-amerikanischen Automobilindustrie, aber auch in der Form regionaler Netzwerke kleinerer und mittlerer Unternehmungen. Im Zentrum des Faches stehen diese hierarchischen und netzwerkförmigen Formen der Unternehmenskooperation und damit Probleme und Lösungsansätze des Konzern- und vor allem Netzwerkmanagements.

2. Lehrveranstaltungen

2.1. TeilnehmerInnenkreis

Das Angebot des Lehrstuhls „Unternehmenskooperation“ richtet sich an alle Studentinnen und Studenten im Hauptstudium am Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin, daneben aber auch an Studentinnen und Studenten unterschiedlichster Fachrichtungen, die Betriebswirtschaftslehre als zweites Haupt- oder als Nebenfach belegen.

Aufgrund seiner organisationstheoretischen, und das heißt immer auch verhaltens- und sozialwissenschaftlichen Orientierung, weist das Angebot des Lehrstuhls vielfältige Bezüge zu anderen Disziplinen auf (**Interdisziplinarität**). Dies gilt etwa bezüglich verhaltens- und sozialtheoretischer Aspekte für die Psychologie und Soziologie, in Hinblick auf historische Elemente (z.B. Verlagssystem) für die Geschichtswissenschaften und bezüglich regionaler Akzentsetzungen (z.B. Zaibatsu/Keiretsu, Chaebol, Emilia Romagna) für das Lehrangebot regionalwissenschaftlicher Studiengänge. Schon allein deshalb bietet es für Studierende dieser und anderer Fächer vielfältige Anknüpfungsmöglichkeiten.

2.2. Ausbildungsziele

Ziel der Ausbildung ist zunächst, die Studierenden für die besonderen Chancen und Probleme zu sensibilisieren, die sich für Unternehmen aus der Zusammenarbeit mit anderen Organisationen ergeben. Dies erfolgt auf der Grundlage einschlägiger Theorien und empirischer Untersuchungen. Ein weiteres Ausbildungsziel ist, dass die Studierenden für alle Funktionsbereiche die jeweiligen Ziele, Ansätze und Instrumente des Managements zwischenbetrieblicher Beziehungen kennen- und anwenden lernen. Zu diesem Zweck werden neben Vorlesungen verschiedene Übungen und Seminare veranstaltet, in denen sich die Studierenden anhand von Texten, Fallstudien und verhaltensorientierten Übungseinheiten mit diesen Fragen in **praktisch relevanter**, immer jedoch **theoriegestützter** Form auseinandersetzen. In speziellen Seminaren und Forschungscolloquien wird den Studierenden darüber hinaus die Möglichkeit zum **forschenden Lernen** geboten. Diplomarbeiten beziehen sich dabei ebenfalls auf das Management zwischenbetrieblicher Beziehungen, wobei ein Bezug zu aktuellen empirischen Forschungsprojekten des Lehrstuhls gewünscht ist.

Bezogen auf die Berufsqualifizierung werden die Studierenden einerseits auf **spezialisierte** Tätigkeitsfelder in Unternehmen und anderen Organisationen vorbereitet, bei denen Fragen der zwischenbetrieblichen Kooperation (oft als Alternative zur Unternehmensakquisition) im Vordergrund stehen. Dies gilt insbesondere für Stabstellen im Bereich der Strategischen Planung und Unternehmensentwicklung. Weitere Beschäftigungsmöglichkeiten finden sich in Beratungsunternehmen, die sich entweder auf das Geschäftsfeld strategischer Unternehmenskooperation bzw. die Entwicklung von Netzwerkorganisationen spezialisiert haben oder aber – wie fast alle bekannten Unternehmensberatungen – dieses Geschäftsfeld mit bedienen, sei es in Bezug auf strategische Aspekte der Unternehmenskooperation, sei es in Bezug auf operative Aspekte wie die Optimierung unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse (z.B. im Rahmen des Supply Chain Management).

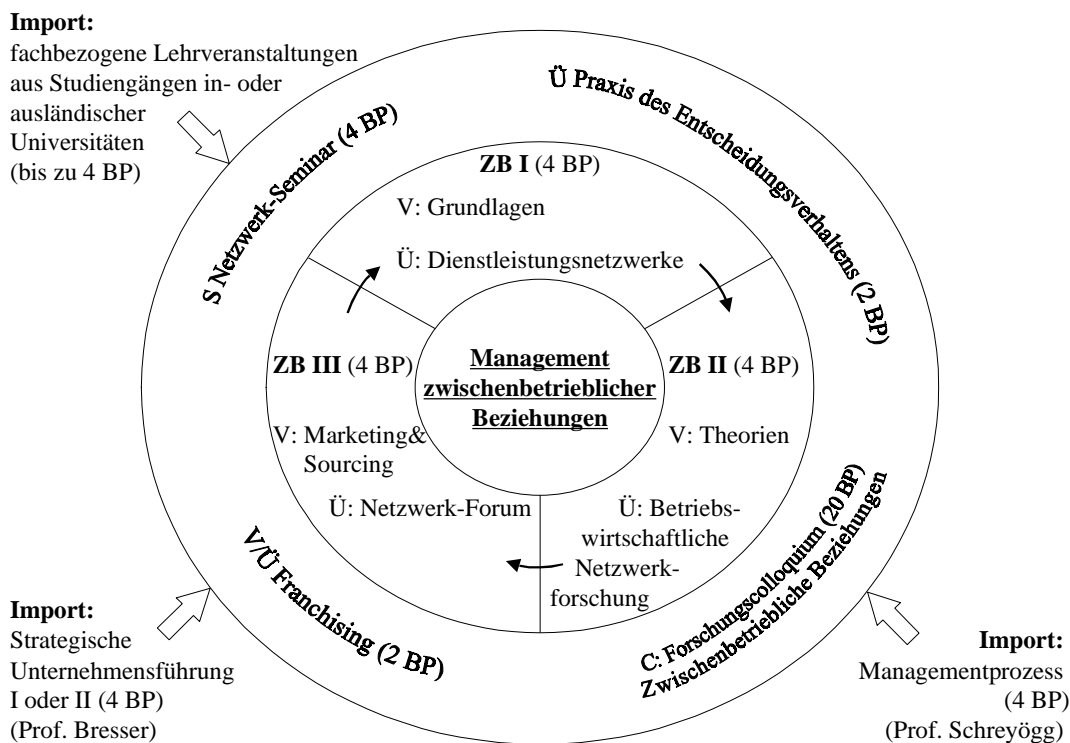
Generell wendet sich das Fach an diejenigen Studierenden, die im Rahmen ihrer späteren Tätigkeiten in den verschiedensten Funktionsbereichen der Unternehmung mit Fragen des ‚Make or Buy‘ (auch von Personal und Wissen) befasst sein werden. Die Neigung vieler Unternehmen und auch anderer Organisationen, zum Beispiel aus dem öffentlichen Bereich, vermehrt auf das ‚Buy‘ von Vorprodukten, Wissen und Dienstleistungen zu setzen, impliziert die Notwendigkeit, sich in der Managementpraxis mit Fragen der Unternehmenskooperation auseinander zu setzen. Das ist erforderlich, weil zumeist eine Unternehmenskooperation – und nicht eine rein marktliche Beziehung – mit dieser Präferenz einhergeht. Eine qualifizierte Entscheidung für eine bestimmte Ausgestaltung von Geschäftsbeziehungen ist dabei nicht nur sehr voraussetzungsvoll, auch ihre Umsetzung erfordert bestimmte fachliche und soziale Managementqualifikationen, verspricht gleichzeitig jedoch auch für die Unternehmungen, die über derartige Kompetenzen verfügen, relevante Wettbewerbsvorteile.

2.3. Kombinationsfächer

Aufgrund seiner inhaltlichen Bezüge zu allen funktionalen Betriebswirtschaftslehren ist das Fach „Unternehmenskooperation“ mit jeder anderen Besonderen Betriebswirtschaftslehre sinnvoll kombinierbar. Bezogen auf strategische und organisatorische Aspekte, aber auch in Hinblick auf seine sozialwissenschaftliche Ausrichtung, finden sich die engsten Bezüge zu den Fächern „Strategisches Management“ sowie „Organisation und Führung“. Bezogen auf operative, geschäftsprozessbezogene Aspekte bietet sich eine Kombination mit den Fächern „Produktion“ und „Wirtschaftsinformatik“ an.

2.4. Überblick über das Lehrprogramm

Das Lehrprogramm besteht im Kern aus drei Kursen (ZB I-III), die als Wahlpflichtveranstaltungen jeweils sowohl einen Vorlesungs- als auch einen Übungsteil zum Management zwischenbetrieblicher Beziehungen umfassen. Insgesamt müssen nach DPO 2000 für das Bestehen des Faches *mindestens* 14 Bonuspunkte (BP) erworben werden, 10 (de facto 12) davon in diesen Pflichtveranstaltungen. Die zusätzlichen BP können in Seminaren und Übungen gesammelt oder auch aus anderen Fächern importiert werden.



Im einzelnen umfasst die Besondere Betriebswirtschaftslehre „Unternehmenskooperation“ die folgenden Lehrveranstaltungen (BP):

A) Wahlpflichtveranstaltungen

Kurs ZB I (4 BP)

- V Management zwischenbetrieblicher Beziehungen:
Grundfragen (zugleich Block A)
- Ü Dienstleistungsnetzwerke (Fallstudien)

Kurs ZB II (4 BP)

- V Management zwischenbetrieblicher Beziehungen: Theorien
(zugleich Block A)
Betriebswirtschaftliche Netzwerkforschung (Lektürekurs)

Kurs ZB III (4BP)

- V Management zwischenbetrieblicher Beziehungen:
Marketing & Sourcing
- C Netzwerk-Forum (Gastvorträge von Praktikern)

Netzwerk-Seminar (4 BP)

- S Seminar mit wechselnden Themen

B) Wahlveranstaltungen

- Ü Praxis des Entscheidungsverhaltens (2 BP)
- V/Ü Franchising (2 BP)
- C Forschungscolloquium Zwischenbetriebliche
Beziehungen (für Diplomanden und Doktoranden) (20 BP incl. Anfertigung und
Verteidigung der Diplomarbeit)
- V/Ü Managementprozess (4 BP; Prof. Schreyögg)
- V/Ü Strategische Unternehmensführung I (4 BP; Prof. Bresser)
- V/Ü Strategische Unternehmensführung II (4 BP; Prof. Bresser)

(sowie weitere fachbezogene BP, die in Studiengängen in- oder ausländischer Universitäten erworben wurden).

Die Kurse ZB I, ZB II und ZB III werden im Rahmen eines dreisemestrigen Zyklus angeboten; ein Einstieg ist in jedem Semester möglich, jedoch nur in ZB I und III empfehlenswert. Die nicht zu den ZB-Kursen gehörenden Lehrveranstaltungen (incl. des Netzwerk-Seminars) werden mindestens alle drei Semester angeboten. Das Schreiben einer Diplomarbeit im Fach „Unternehmenskooperation“ setzt die erfolgreiche Teilnahme am Netzwerk-Seminar voraus.

Überangsregelungen für DPO 1987: Die Anmeldung zur Diplomprüfung im Fach ABWL (Zyklus Sydow) setzt den Erwerb eines sog. kleinen Scheines voraus. Dieser kann in Zukunft durch Teilnahme an *einem* der Kurse erworben werden. Ein großer Schein kann nach wie vor im Netzwerk-Seminar erworben werden, setzt aber einen kleinen Schein voraus. Das Schreiben einer Diplomarbeit im Fach „Unternehmenskooperation“ setzt auch nach der alten DPO die erfolgreiche Teilnahme am Netzwerk-Seminar voraus

2.5. Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Kurs ZB I

V Management zwischenbetrieblicher Beziehungen: Grundfragen

Im Rahmen dieser Vorlesung werden Grundfragen des Managements zwischenbetrieblicher Beziehungen erörtert und ein Überblick über die Entwicklung zwischenbetrieblicher Beziehungen ("Vom Verlag zur virtuellen Unternehmung") gegeben (2 swH; Sydow).

Ü Dienstleistungsnetzwerke (Fallstudien)

In dieser Übung werden praktische Fälle der organisatorischen Vernetzung von Dienstleistungsunternehmen vorgestellt und von den Studierenden in Hinblick auf Lösungsmöglichkeiten analysiert (2 swH; N.N.).

Kurs ZB II

V Management zwischenbetrieblicher Beziehungen: Theorien

Im Rahmen dieser Vorlesung werden Theorien des Managements zwischenbetrieblicher Beziehungen vorgestellt. Das Spektrum reicht von ökonomischen Theorien im engeren Sinne (insbes. Transaktionskostentheorie) über polit-ökonomische Ansätze zu modernen (Inter-) Organisationstheorien (2 swH; Sydow).

Ü Betriebswirtschaftliche Netzwerkforschung (Lektürekurs)

In dieser Übung werden ausgewählte wissenschaftliche Texte zum Problem der Unternehmensvernetzung gelesen und diskutiert. Im Vordergrund stehen die Problembereiche Ökonomie, Vertrauen, Macht, Wissen, Lernen, Virtualisierung, Arbeit und Mitbestimmung (2 swH; Sydow/N.N.).

Kurs ZB III

V Management zwischenbetrieblicher Beziehungen: Marketing & Sourcing

Gegenstand dieser Veranstaltung ist zum einen die Gestaltung zwischenbetrieblicher Beziehungen mit Blick auf absatzbezogene Fragestellungen (z.B. Kundenintegration, Key Account Management, Beziehungsmarketing). Aufsetzend auf ‚Make or Buy‘-Kalküle werden zum anderen Probleme der Beschaffung von Vorleistungen (incl. Wissen), Personal und Kapital erörtert und auch Möglichkeiten einer Koproduktion reflektiert (2 swH; Sydow).

C Netzwerk-Forum (Gastvorträge)

Im Netzwerk-Forum berichten Praktiker über ihre Erfahrungen mit dem Management zwischenbetrieblicher Beziehungen. Die Praktikervorträge werden jeweils von Studierenden in Arbeitsgruppen vorbereitet (2 swh; Sydow/Windeler).

Netzwerk-Seminar

S Seminar mit wechselnden Themen

Im Rahmen des Netzwerk-Seminars werden Referate zu ausgewählten und jeweils wechselnden, stets aber aktuellen Fragen des Netzwerkmanagements erstellt, vorgetragen und diskutiert. Die Teilnahme am Seminar dient der Einübung der Präsentation und Diskussion schriftlicher Ausarbeitungen auf der Basis (organisations-) theoretischer Ansätze sowie der Vorbereitung auf die Diplomarbeit. In der Vergangenheit beschäftigte sich das Seminar u.a. mit Netzwerken im Business-to-Business-Marketing, personal- und arbeitspolitischen Aspekten der Unternehmungsvernetzung und Netzwerken in der Medienindustrie. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (2 swh; Sydow/N.N.).

Ü Praxis des Entscheidungsverhaltens

Im Rahmen dieser (kostenpflichtigen) Wochenendveranstaltung wird Gelegenheit geboten, Entscheidungsverhalten im Rahmen organisationaler und interorganisationaler Kontexte zu erfahren und zu reflektieren. Aufgrund der begrenzten Teilnehmerzahl ist zum Semesterbeginn eine Anmeldung erforderlich (2 swh; Sydow/Möllering/N.N.).

V/Ü Franchising

Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die ökonomischen Gründe für die zunehmende Verbreitung von Franchising untersucht und Fragen des Managements von Franchisesystemen bzw. -netzwerken diskutiert. Ein Teil der Veranstaltung ist als Vorlesung konzipiert, ein anderer hat durch die Arbeit an ausgewählten Texten und mit Fallstudien Übungscharakter. Für Studierende im Fach „Unternehmenskooperation“ bietet diese Lehrveranstaltung die Möglichkeit, ihre Kenntnisse auf eine konkrete Organisationsform ökonomischer Aktivitäten anzuwenden. Für andere Studierende eröffnet sie einen exemplarischen Einblick in Grundfragen des Faches (2 swh; Sydow/N.N.)

C Forschungscolloquium Zwischenbetriebliche Beziehungen

Das Forschungscolloquium dient der Betreuung von Studierenden, die ihre Diplomarbeit am Lehrstuhl „Unternehmenskooperation“ schreiben. Zum Teil wird den Studierenden die Möglichkeit gegeben, im Rahmen sog. Studienprojekte gemeinsam und nicht selten mit Unterstützung von Unternehmen, wissenschaftliche Fragestellungen zu bearbeiten. Im Rahmen des Colloquiums wird den Studierenden zudem die Gelegenheit geboten, die aktuellen Forschungsvorhaben am Lehrstuhl kennen zu lernen und die Projekte von Doktoranden und Habilitanden zu diskutieren. Die Anmeldung zur Diplomarbeit setzt die erfolgreiche Teilnahme am Netzwerk-Seminar voraus und soll zu Semesterende zum jeweils folgenden Semester erfolgen (2 swh; Sydow).

2.6. Anmerkungen zu Importfächern

Importiert werden können zunächst nur die Veranstaltungen „Managementprozess“ (4 BP) aus dem Fach Organisation und Führung (Prof. Schreyögg) oder „Strategische Unternehmensführung I“ (4 BP) oder „Strategische Unternehmensführung II“ (4 BP), beide aus dem Fach Strategisches Management (Prof. Bresser) mit der jeweils dazu gehörigen Übung. Importiert werden können aber auch fachbezogene BP aus Studiengängen an in- und ausländischen Universitäten (z.B. Erasmus-Programm).