

## MIM S2 02: Management strategischer Kooperationen & Unternehmensgrenzen

### I. Ort und Zeit

**Semester:** Frühjahrssemester 2022

**Credit Points:** 5

**Zeit:** Mo, 11:00-13:15 Uhr

**Raum:** MAD 099

### II. Veranstaltungsinhalte und Ziele

Nur wenn es für das Marktgeschehen grundlegende Institutionen (wie z.B. Eigentums- und Vertragsrecht) gibt, können Märkte entstehen. Die Auseinandersetzung mit diesen grundlegenden Institutionen bilden das Fundament für diese Veranstaltung. Aufbauend darauf findet eine Fokussierung auf zwischenbetriebliche Formen der Zusammenarbeit (marktmacht- und effizienzorientierte Kooperationsformen) sowie die Unternehmensgrenzen statt. Die Vorlesung/Fallstudienübung vermittelt den Studierenden die Grundlagen der Organisation der wettbewerblichen Rahmenbedingungen und nationaler sowie internationaler zwischenbetrieblicher Beziehungen. Die Studierenden lernen die theoretischen und praktischen Grundlagen im Hinblick auf die zwischenbetriebliche Organisationsgestaltung kennen und sollen anknüpfend daran, nationale und internationale Kooperationsaktivitäten beurteilen bzw. gestalten können. Um das zu erreichen, werden theoretisch fundierte Aspekte der unternehmensübergreifenden Organisation diskutiert und anhand von Fallbeispielen angewendet.

### III. Teilnahmevoraussetzung: keine

### IV. Kursverlauf:

#### **Grundlagen zu Strategischen Kooperationen und Unternehmensgrenzen (14., 21. & 28. März 2022):**

*Einführung in die Thematik*

*Überblick über die Fallstudienmethodik & Einteilung in Gruppen zur Fallbearbeitung*

*Was bedeuten Strategie und Organisation im Kontext dieser Veranstaltung?*

*Weshalb kooperieren Unternehmen?*

*Warum und wie verschwimmen Unternehmensgrenzen?*

*Institutionenökonomische Grundlagen im Überblick*

#### *Literatur:*

Brandenburger, A. & Nalebuff, B.: The Rules of Competition, in: Harvard Business Review, Jan.-Feb. 2021: 3-11.

Hoang, H. & Rothaermel, F. T.: How to Manage Alliances Strategically – Why do so many strategy alliances underperform and what can companies do about it? In: MIT Sloan Management Review, Fall 2016: 69-76.

Picot, A., Dietl, H., Franck, E., Fiedler, M. & Royer, S.: Organisation – Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht, 8. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poeschel, 2020, Kapitel 1 & 2.

Picot, A., Reichwald, R., Wigand, R. T., Möslein, K. M., Neuburger, R. & Neyer, A-K.: Die grenzenlose Unternehmung – Information, Organisation & Führung, 6., vollständig neu bearbeitete Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler, 2020, Kapitel 1, 4, 5, 6, 7.

#### **Aus der Praxis des Managements von Mergers and Acquisitions (04. April 2022)**

*Gastvortrag von Sandra Mau, HGDF Familienholding GmbH & Co. KG, Flensburg*

#### **Osterferien: Keine Veranstaltung am 11. April 2022**

#### **Ostermontag: Keine Veranstaltung am 18. April 2022**



## MIM S2 02: Management strategischer Kooperationen & Unternehmensgrenzen

### Organisation wettbewerblicher Rahmenbedingungen (25. April & 2. Mai 2022)

*Aktive vs. Passive Wettbewerbspolitik*

*Regulierung vs. Deregulierung*

*Verstaatlichung vs. Privatisierung*

*Marktmachtorientierte Kooperationsformen: Kartelle*

*Zwischen Wettbewerbsvorteilen und Marktmacht: Plattformbasierte Geschäftsmodelle*

*Mini Case #01: Privatisierung von Gefängnissen - Effizienzsteigerung oder Unmöglichkeit?*

#### *Literatur:*

Bamberger, K. A. & Lobel, O.: Platform Market Power, in: Berkeley Technology Law Journal 32, 2017: 1051-1092.

Constantinides, P., Henfridsson, O. & Parker, G.G.: Introduction—Platforms and Infrastructures in the Digital Age, in: Information Systems Research 29 (2), 2018: 381-400.

Dietl, H. M. & Royer, S.: Unternehmenszusammenschlüsse, in: Handwörterbuch Unternehmensrechnung und Controlling, 4. Aufl., hrsg. v. H.-U. Küpper und A. Wagenhofer, Stuttgart (Schäffer-Poeschel), 2002: 686-693.

Ndubisi, N. O. & Nygaard, A.: The Ethics of Outsourcing: when companies fail at responsibility, in: Journal of Business Strategy 39 (5), 2018: 7-13.

Picot, A., Dietl, H., Franck, E., Fiedler, M. & Royer, S.: Organisation – Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht, 8. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poeschel, 2020, Kapitel 3 und Abschnitt 4.1 sowie Kapitel 6.

Schuchardt, L. D., Hoffjan, A. & Finger, H.: Strategisches Regulierungsmanagement in der anreizregulierten Netzwirtschaft, in: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (zfbf) 67 (2), 2015: 70-101.

Williams, C. C. & Horodnic, I. A.: Regulating the Sharing Economy to Prevent the Growth of the Informal Sector in the Hospitality Industry, in: International Journal of Contemporary Hospitality Management 29 (2), 2017: 2261-2278.

### Die Organisation zwischenbetrieblicher Beziehungen (9. & 16. Mai 2022)

*Einfache effizienzorientierte Kooperationsformen im Überblick: Lizenzierung, Joint Venture,*

*Konsortium, Kapitalbeteiligung, Langfristige Lieferverträge mit Dual Sourcing Option*

*Mini Case #02: Make-or-Buy-Entscheidungen von Pepsi-Cola*

*Komplexere effizienzorientierte Kooperationsformen im Überblick: Genossenschaften, Franchising, dynamische Netzwerke, Kooperative Wertschöpfungsarchitekturen*

*Mini Case #03: Franchising in den europäischen Reparatur- und Servicemärkten für Automobile*

#### *Literatur:*

Dietl, H. M., Royer, S. & Stratmann, U.: Value Creation Architectures and Competitive Advantage: Lessons from the European Automobile Industry, in: California Management Review 51 (3), 2009: 24-48.

Grant, R. M.: Moderne strategische Unternehmensführung. Konzepte, Analysen und Techniken, Weinheim: Wiley, 2014, Kapitel 15.

Kumar, R.: Managing Ambiguity in Strategic Alliances, in: California Management Review 56 (4), 2014: 82-102.

Mamédo, D., Rocha, C., Szczepanik, D. & Kato, H.: Strategic Alliances and Dynamic Capabilities: a systematic review, in: Journal of Strategy and Management 12 (1): 83-102.

Picot, A., Dietl, H., Franck, E., Fiedler, M. & Royer, S.: Organisation – Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht, 8. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poeschel, 2020, Abschnitt 4.2.



## MIM S2 02: Management strategischer Kooperationen & Unternehmensgrenzen

Royer, S., Seeba, H.-G. & Stratmann, U.: Mehrmarken-Franchisesysteme in europäischen Wartungs- und Reparaturmärkten für Pkw - Eine effizienzorientierte und strategische Analyse, in: Zeitschrift für die gesamte Wertschöpfungskette Automobilwirtschaft (ZfaW) Vol. 12, Nr. 1, 2009: 6-12.

Xue, J., Yuan, H. & Geng, Z.: Impacts of Classic Transaction Cost-related Factors on Partner's Cooperative and Opportunistic Behaviour in Joint Ventures, in: Journal of Business & Industrial Marketing 33 (7), 2018: 883-895.

### **Intensive Auseinandersetzung mit verschiedenen Fallstudien zum Management strategischer Kooperationen und Unternehmensgrenzen (23.05. bis 13.06.2022):**

**Langfallstudie A: Navigating Emission Reductions through Competition or Collaboration? Maersk in Uncharted Waters, WDI Publishing at the University of Michigan, 2020 (23. Mai 2022)**

**Langfallstudie B: Foxconn Technology Group: Acquiring Sharp to Move Up the Value Chain, Ivey Publishing, 2019 (30. Mai 2022)**

**Pfingstmontag: Keine Veranstaltung am 6. Juni 2022**

**Langfallstudie C: The Renault-Nissan-Mitsubishi Strategic Alliance: Past Accomplishments and Future Challenges, Thunderbird School of Global Management, 2020 (13. Juni 2022)**

### **Abschließende Reflektion (20. Juni 2022)**

Lessons learnt & Schlussfolgerungen

Evaluierung & Feedbackrunde

Veranstaltungsabschluss

## **V. Modulzugehörigkeit & Benotung:**

Die Veranstaltung »Management Strategischer Kooperationen und Unternehmensgrenzen (MIM S2 02)« bildet ein Modul im Schwerpunkt Strategy & Organisation im Masterstudiengang International Management Studies. In der kombinierten Vorlesung und Fallstudienübung geht es um die Vermittlung eines grundlegenden Verständnisses zu Unternehmenskooperationen und Unternehmensgrenzen. Dazu findet eine kritische Auseinandersetzung mit dem theoretischen Fundament der Neuen Institutionenökonomik statt und es erfolgt die Vertiefung und Anwendung der gelernten Konzepte und Denkrahmen auf reale oder realitätsnahe Fälle aus der Unternehmenswelt.

Die Prüfung im Modul besteht aus der aktiven Teilnahme an den Diskussionen zu den Mini-Cases und Langfallstudien sowie der Erstellung einer Fallstudienpräsentation (Präsentation und Diskussionsleitung, Abgabe einer Ausarbeitung dazu). Für das Modul werden 5 CP vergeben.



## MIM S2 02: Management strategischer Kooperationen & Unternehmensgrenzen

### Leistungsnachweis für das Modul MIM S2 02 mit 5 CP:

- Mündliche Mitarbeit/aktive Beteiligung an Fallstudiendiskussionen (30%)
  - ✓ Aktive Diskussionsteilnahme bei den Fallstudiendiskussionen (Mini-Cases & Langfallstudien)
  - ✓ Schriftliche Ausarbeitungen zu den Lessons learned aus den drei Mini-Cases (Umfang: 3 Seiten mit Times New Roman 12 pt, 1,5-facher Zeilenabstand) – **Abgabe 31.5.2022**
- Fallstudienbearbeitung (70%):
  - ✓ Präsentation einer Fallstudie im Unterricht sowie Leitung und Moderation der dazugehörigen Diskussion
  - ✓ Abgabe einer schriftlichen Ausarbeitung zu den präsentierten und diskutierten Fragen zu der jeweiligen Fallstudie (**Abgabefrist: 7 Tage nach jeweiliger Präsentation**, Umfang: 5 bis 10 Seiten mit Times New Roman 12 pt, 1,5-facher Zeilenabstand)

### VI. Kontakt

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Homepage: [www.uni-flensburg.de/strategie](http://www.uni-flensburg.de/strategie). Es gibt eine **Moodle3 Gruppe** für diesen Kurs, bitte melden Sie sich dort an, um Zugang zu den Kursmaterialien zu bekommen. Bei weiteren Fragen wenden Sie sich gern an das SIM-Team. Diese Veranstaltung hält Frau Prof. Dr. Susanne Royer ([royer@uni-flensburg.de](mailto:royer@uni-flensburg.de)).

