Notizen Prüfung M241

**Wertschöpfung**

1.1 Definition und Formel:

* Definition: Gesamtleistung eines Unternehmens abzüglich der Vorleistungen
* Formel: Wertschöpfung = Output – Input

Primäraktivitäten (nach Porter):

1. Interne Logistik
2. Produktion
3. Externe Logistik
4. Marketing & Verkauf
5. Service

Sekundäraktivitäten (Unterstützungsaktivitäten):

1. Unternehmens-Infrastruktur
2. Human Resource Management
3. Technologie-Entwicklung
4. Beschaffung

Wichtige Merkmale:

* Jede Aktivität trägt zur Wertschöpfung bei
* Aktivitäten können weiter unterteilt werden in:
  + Direkte Aktivitäten
  + Indirekte Aktivitäten
  + Qualitätssichernde Aktivitäten
* Ziel ist die Gewinnmaximierung durch optimale Koordination aller Aktivitäten

Ein Bild, das Text, Screenshot, Reihe, Diagramm enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

**Innovation**

* Innovation = zielgerichtete Durchsetzung neuer technischer, wirtschaftlicher, organisatorischer und sozialer Problemlösungen
* Kann sich beziehen auf:
  + Produkte
  + Prozesse
  + Märkte
  + Geschäftsmodelle

Zusammenhang zur Wertschöpfung:

* Motor der Wirtschaft
* Treiber für wirtschaftliches Wachstum
* Schafft neue Arbeitsplätze und Einkommensquellen
* Nach Schumpeter: "Durchsetzung neuer Kombinationen" mit "schöpferischer Zerstörungskraft"

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Zahl enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Merkmale und Kriterien für Innovationsförderung:

Ein Bild, das Text, Schrift, Klebezettel, Screenshot enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Wichtige Erfolgsfaktoren:

* Multidisziplinäres Team
* Ausreichendes Kapital
* Anpassungsfähigkeit
* Kontinuierliche Weiterentwicklung
* Technologische und soziale Kompetenzen

**Gap Analyse**

Definition:

Definition:

* Methode der Unternehmensplanung zur Identifikation von Leistungslücken
* Vergleich zwischen Ist-Zustand (aktueller zusatand) und Soll-Zustand (ideale entwicklung)
* Basis für Optimierungsmaßnahmen

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Diagramm enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

.2 Arten von Lücken und Durchführung:

Lückenarten:

1. Operative Lücke:
   * Leistungslücke (ungenutztes Potenzial)
   * Wettbewerbslücke (Marktanteile)
2. Strategische Lücke:
   * Langfristige Strategien
   * Neue Märkte/Produkte

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Reihe enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.Durchführungsprozess:

Reaktionsmöglichkeiten:

* 1. Maßnahmen zur Lückenschließung
  2. Anpassung der Zielsetzung

Vor- und Nachteile: ✓ Klare Zielvorgaben ✓ Messbare Ergebnisse ✓ Strukturierte Analyse

✗ Nur quantifizierbare Faktoren ✗ Prognoseunsicherheit ✗ Zusatzanalysen nötig

Wichtig:

* 1. Regelmäßige Kontrolle
  2. Realistische Zielsetzung
  3. Kombination mit anderen Methoden
  4. Konkrete Maßnahmenplanung

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Reihe enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

**Value Chain**

Definition, Bedeutung und Zielsetzung:

Definition:

* Strategisches Instrument zur Analyse und Optimierung interner Unternehmensaktivitäten
* Basiert auf Porter's Konzept der Wertschöpfungskette
* Ziel: Erreichen nachhaltiger Wettbewerbsvorteile

5.2 Hauptkomponenten und Beispiele:

Ein Bild, das Text, Reihe, Diagramm, Schrift enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Beispiele aus der Elektronikbranche:

1. Primäre Aktivitäten: | Aktivität | Beispiel | |-----------|----------| | Inbound-Logistik | Beschaffung hochwertiger Elektronikkomponenten | | Operationen | Montage mit modernen Fertigungstechnologien | | Outbound-Logistik | Lagerung und Versand an Händler/Kunden | | Marketing & Vertrieb | Digitale Werbung, Online-Plattformen | | Service | Kundensupport, Garantie, Software-Updates |
2. Unterstützende Aktivitäten: | Aktivität | Beispiel | |-----------|----------| | Beschaffung | Langfristige Lieferantenpartnerschaften | | Technologieentwicklung | F&E für innovative Lösungen | | Personalmanagement | Schulungen, Weiterbildungen | | Infrastruktur | Verwaltungssysteme, Qualitätskontrolle |

Durchführungsprozess:

1. Identifikation der Aktivitäten
2. Kostenanalyse
3. Wertschöpfungsanalyse
4. Analyse der Wettbewortteile

Diese Analyse hilft Unternehmen:

* Aktivitäten zu optimieren
* Kosten zu kontrollieren
* Wertschöpfung zu maximieren
* Wettbewerbsvorteile zu identifizieren

**Pestel**

Definition: Political, Economical, Social, Technological, Environmental, Legal

* Strategische Analysemethode für externe Einflussfaktoren
* Systematische Bewertung des Unternehmensumfelds
* Besonders wichtig bei Gründungen und Markterschließungen

Zielsetzung:

* Identifikation von Chancen und Risiken
* Unterstützung bei strategischen Entscheidungen
* Besonders wichtig bei:
  + Unternehmensgründung
  + Erschließung neuer Märkte
  + Produkteinführungen

Die sechs Dimensionen:  
Ein Bild, das Text, Screenshot, Karte, Diagramm enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Zahl enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.Durchführungsprozess:

1. Einflussfaktoren bestimmen
2. Daten sammeln
3. Analyse und Bewertung
4. Maßnahmen ableiten

Vor- und Nachteile: ✓ Ganzheitliche Betrachtung ✓ Früherkennung von Risiken ✓ Strategische Planung ✓ Anpassungsfähigkeit

✗ Hohe Komplexität ✗ Ressourcenaufwand ✗ Zukunftsunsicherheit ✗ Begrenzte Kontrolle

**Star Methode**

Definition:

* Verhaltensbasierte Befragungstechnik (jobs und projekte, verhaltensweise und lösungskompetenzen erklären)
* Strukturierte Methode zur Informationsgewinnung
* Anwendung in Bewerbungsgesprächen, Mitarbeiterbefragungen und Präsentationen

Zielsetzung

Ein Bild, das Text, Schrift, Screenshot, Diagramm enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Zahl enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Beispielantwort: "Bei der Muster GmbH wurde ich als Social Media Manager eingestellt (T), um neue Social-Media-Kanäle aufzubauen, die bis dahin nicht existierten (S). Ich erstellte mit meinem Team Profile auf Instagram, Twitter und TikTok (A) und erreichte innerhalb eines Jahres 1,4 Millionen Follower (R)."

Vorbereitungstipps:

1. Erfahrungen strukturieren
2. Stellenanforderungen analysieren
3. Konkrete Beispiele vorbereiten
4. Gesprächssituation üben

Typische Fragen:

* Umgang mit Problemen/Konflikten
* Anpassung an neue Situationen
* Grenzerfahrungen
* Lernen aus Misserfolgen

Vorteile:

* Strukturierte Gesprächsführung
* Vergleichbarkeit der Antworten
* Konkrete Beispiele statt theoretischer Aussagen
* Überprüfbarkeit der Aussagen

**Stakeholderanalyse**

Definition:

* Stake = Einsatz/Anteil
* Stakeholder = Interessensgruppen/Anspruchsberechtigte (direkt oder indirekt mit dem Unternhemen betroffen)
* **Stakeholder** sind alle **Personen** oder **Gruppen**, die ein **Interesse** an einem **Unternehmen** oder einem **Projekt** haben. Entweder werden sie davon beeinflusst oder sie können es selbst **beeinflussen**.
* Definition: Als Stakeholder (auch **Anspruchsgruppen** genannt) bezeichnest du **alle Personen**, die an einem **Projektausgang interessiert** sind und die durch die Aktivitäten eines Unternehmens direkt oder indirekt **betroffen** sind. Sie haben folglich **Interesse** am oder **Ansprüche** an Unternehmen.
* Systematische Analyse aller von einem Projekt betroffenen Parteien
* Marktforschung = Sammlung von Marktdaten als Entscheidungsgrundlage für Unternehmen

Zielsetzung:

* Identifikation relevanter Interessensgruppen
* Bewertung von Einfluss und Interessen
* Konfliktminimierung
* Entwicklung von Kommunikationsstrategien

Ein Bild, das Text, Screenshot, Diagramm, Rechteck enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

1. Hoher Einfluss/Hohes Interesse (Aktiv einbinden):

* Key Stakeholder
* Eng in Projekt einbinden
* Regelmäßige Kommunikation
* Partizipative Strategie

1. Hoher Einfluss/Niedriges Interesse (Zufrieden halten):

* Ausreichend informieren
* Keine Verärgerung riskieren
* Status beobachten
* Diskursive Strategie

1. Niedriger Einfluss/Niedriges Interesse (Minimal betreuen):

* Minimaler Aufwand
* Basis-Informationen
* Beobachten
* Restriktive Strategie

1. Niedriger Einfluss/Hohes Interesse (Informiert halten):

* Regelmäßig informieren
* Als Unterstützer gewinnen
* Feedback einholen
* Diskursive Strategie

Die Matrix hilft bei:

* Priorisierung von Stakeholdern
* Ressourcenallokation
* Kommunikationsplanung
* Strategieentwicklung

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Zahl enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

1. SWOT-Analyse für Stakeholder:

* Strengths (Stärken)
* Weaknesses (Schwächen)
* Opportunities (Chancen)
* Threats (Risiken)

Prozess der Stakeholder-Analyse:

1. Identifikation (intern/extern)
2. Klassifizierung
3. Interessensanalyse
4. Strategieentwicklung
5. Kommunikationsplanung

Praktische Anwendung:

* Nutzwert-Tabellen erstellen
* Regelmäßige Updates
* Feedback-Kanäle einrichten
* Konflikte frühzeitig erkennen
* Unterstützung maximieren

Wichtige Aspekte:

* Unterschiedliche Prioritäten berücksichtigen
* Ausgewogene Strategien entwickeln
* Regelmäßige Überprüfung
* Anpassung bei Bedarf

**Fokusgruppen**

Begrifflichkeiten und Zielsetzung:

Definition:

* Qualitative Marktforschungsmethode
* Moderierte Gruppendiskussion
* Auch mehrere Gruppen, geschützten raum

Anwendungsfälle:

* Theoriebildung
* Untersuchung von Gruppen Teams
* Evaluationsszenario (testen, produkt, definition)

Zielsetzung:

* Tieferes Verständnis von Meinungen und Einstellungen
* Erforschung von Konsumentenverhalten
* Ideengenerierung
* Produkttests
* Konzeptbewertung

**Moderator** = Diskussionsleitung, **Expertenrunde**: diskussion des unteruschungsgegenstands, **ergebnisse**: hintergrund infos durch interaktionen

7 Schritte:

1. Auswahl geeigneter Personen (6-8 Personen, damit alle etwas beitragen können jedoch ebenfalls nicht zu wenig wissen im Raum ist)
   1. Kleine gruppe: intensiverer Austausch
   2. Bestmögliche Kandidaten (wissen experten)
2. Das Setting schaffen (physisch / virtuell)
3. Moderation vorbereiten ( leifaden erstellen)
4. Materialien bereitstellen (Teambriefing)
5. Durchführung und Aufnahmen
6. Transkription (verlauf abschreiben oder aufnahmen, datenbasis schaffen)
7. Auswertung

**Marktforschung**

Definition und Zielsetzung:

Definition:

* Systematische Sammlung, Analyse und Interpretation von Marktdaten
* Basis für datenbasierte statt intuitive Entscheidungen
* Zeitrahmen: von einem Tag bis mehrere Monate

Hauptziele:

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Logo enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

9.2 Arten der Marktforschung:

1. Nach Methodik:

* Quantitative Forschung:
  + Große Stichproben
  + Standardisierte Fragen
  + Hypothesenüberprüfung
* Qualitative Forschung:
  + Kleine Stichproben
  + Experteninterviews
  + Theorieentwicklung

1. Nach Datenquelle:

* Primärforschung (Neuerhebung):
  + Befragungen
  + Beobachtungen
  + Experimente
* Sekundärforschung (vorhandene Daten):
  + Interne Quellen
  + Externe Quellen

Einsatzgebiete und Anwendungen

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Zahl enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Besonderheiten:

* Unterscheidung zwischen Marktforschung, Markenforschung und Marketingforschung
* Kombination verschiedener Methoden
* Kontinuierliche vs. einmalige Erhebungen
* Berücksichtigung von Aktualität und Relevanz der Daten