
Masterstudiengang “Value Chain Management & Business Ecosystems” an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Follow us on LinkedIn on our [VCM&BE page](https://www.linkedin.com/company/72422731/admin/) (www.linkedin.com/company/72422731/admin/)

Wertschöpfung und Management auf industriellen Märkten

Transaktionen zwischen industriellen Unternehmen sind das Rückgrat der globalen Wirtschaft. Sie repräsentieren in den volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen der meisten Staaten einen großen Teil der Wirtschaftsleistung. Beispiele sind u. a. der Einkauf von Rohstoffen durch die Nahrungsmittelindustrie, der Kauf von Teilen und Komponenten durch Automobilhersteller oder der Kauf von Produktions- oder Abpackmaschinen durch die pharmazeutische Industrie.

Industrieunternehmen umfassen verschiedene Typen von Firmen, vom kleinen Start-Up über den Mittelstand bis hin zu großen Konzernen. Ihre Aktivitäten greifen im Rahmen der Wertschöpfung auf professionellen Märkten (sog. Business-to-Business-Märkten) eng ineinander. So ergeben sich komplexe Wertketten bzw. Wertnetzwerke (auf Englisch: **Value Chains** oder **Business Ecosystems**).

Netzwerkartige Business Ecosystems entstehen auch deshalb, weil Industrieunternehmen für eine effiziente und effektive Wertschöpfung eine Vielzahl von professionellen Dienstleistungen benötigen. Hier geht es um die Erbringung von Transport-, Finanz-, Informations-, Beratungs-, Lager-, Versicherungs- und weiteren Services, die für den Wertschöpfungsprozess unabdingbar sind.

Viele deutsche Unternehmen, wie bspw. BASF, Bosch, Siemens, MunichRe, Lufthansa oder DHL, arbeiten ebenso in professionellen Wertschöpfungsketten bzw. Business Ecosystems wie der Mittelstand mit seinen vielen „Hidden Champions“. Sie erzielen wesentliche Teile ihres Umsatzes mit Geschäftskunden. Sie müssen ihre eigene Position und ihren eigenen Wertschöpfungsbeitrag in dem größeren Business Ecosystem bestimmen, in dem sie wirtschaften. Sie definieren dazu ihr Geschäftsmodell, gehen strategische Kooperationen mit Partnern ein und suchen die passenden Lieferketten.

Die Unternehmensführung in derartigen professionellen Netzwerken stellt an das Management spezifische Anforderungen auf allen Ebenen, nämlich eine konsequente Fokussierung auf die Koordination und Optimierung von Wertschöpfungsprozessen in professionellen **Value Chains** und **Business Ecosystems**.

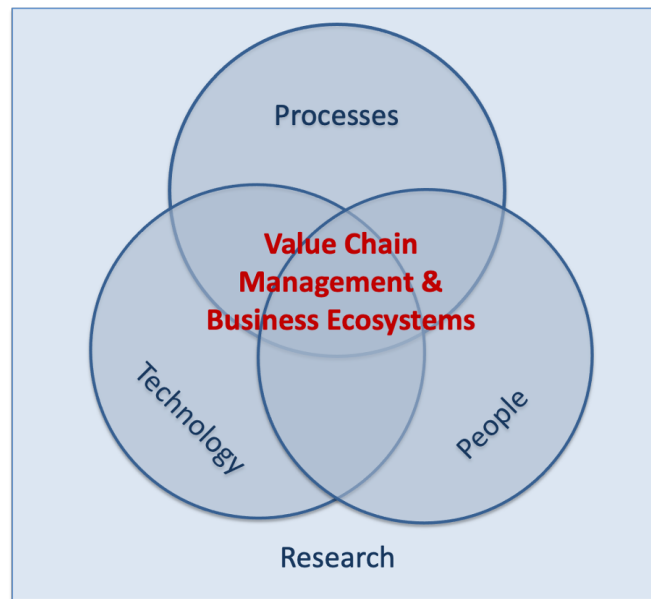
Der Masterstudiengang „Value Chain Management & Value Chain Management“

Das Lehr- und Lernkonzept des Masterstudiengangs „Value Chain Management & Business Ecosystems“ basiert auf unserem Verständnis von industrieller Wertschöpfung als umfassender Aufgabe, die die innerbetriebliche Integration verschiedener Funktionsbereiche ebenso erfordert wie die zwischenbetriebliche Integration von Akteuren verschiedener Branchen und Wertschöpfungsstufen. Es beinhaltet Aspekte der Beschaffung, der Logistik, der Produktion, des Innovationsmanagements, der Wirtschaftsinformatik, des Dienstleistungsmanagements, der Arbeitsgestaltung und des HR-Managements, des Business-to-Business-Vertriebs und -Marketings sowie der übergeordneten strategischen Analyse und Planung.

In einer arbeitsteiligen Wirtschaft wird von einem einzelnen Unternehmen (Betrieb) ein Wert dadurch geschaffen, dass es Güter und Dienstleistungen von anderen Unternehmen zu einem bestimmten Preis (Wert) übernimmt (Input), mit diesen Gütern und Dienstleistungen unter Einsatz eigener Ressourcen und in Zusammenarbeit mit passenden Partnern neue Güter und Dienstleistungen erzeugt (Output) und diese zu einem höheren Preis (Wert) auf einem Markt absetzt.

Wertschöpfung basiert auf unternehmensinternen und -übergreifenden Prozessen. Hierbei verantworten Mitarbeiter die Prozesse, welche dabei wiederum Unterstützung geeigneter Technologie erfahren. Deshalb fußt das ganzheitliche Lehr- und Lernkonzept auf drei Säulen, die gemeinsam im Sinne eines ‚Master of Science‘ in ein forschungsorientiertes Studium eingebunden sind:

- **ENABLING PROCESSES:** Die einzelnen Lehrveranstaltungen sollen die Studierenden in die Lage versetzen, Wertschöpfungsprozesse, Wertschöpfungsprozessketten bis hin zu ganzen Wertschöpfungsnetzwerken zielgerichtet zu gestalten sowie zu planen, steuern und zu kontrollieren.
- **ENABLING TECHNOLOGY:** Zur Planung, Steuerung und Kontrolle von Wertschöpfungsprozessen sowie zu ihrer effizienten Ausführung sind entsprechende Technologien einzusetzen. Hierfür werden den Studierenden praxisnahe Anwendungskompetenzen vermittelt, insbesondere durch eine enge Verknüpfung mit Inhalten aus der Informations-Technologie bzw. Wirtschaftsinformatik.
- **ENABLING PEOPLE:** Im Mittelpunkt steht letztlich immer der Mensch als Entscheider, Planer, Einkäufer, Verhandlungsführer, Innovator, Gestalter. Deshalb umfasst das Programm Lehrveranstaltungen zu Leadership, HR-Management sowie modernen Arbeitsumwelten.



Inhalte des Studiengangs

Der Studiengang M.Sc. Value Chain Management & Business Ecosystems (Abk.: VCM&BE) fokussiert auf Netzwerke von Unternehmen, die in gemeinsamen Aktivitäten an der Wertschöpfung für Endkunden auf nachgelagerten Wertschöpfungsstufen arbeiten. In den einzelnen Unternehmen sowie in Transaktionen zwischen den Unternehmen finden verschiedene Aktivitäten statt, die zur Wertschöpfung beitragen und im Mittelpunkt des Studiengangs stehen. Dies sind im Wesentlichen:

- Strategie und Geschäftsmodell-Management
- Beschaffung bzw. Einkauf
- Innovation
- Produktion und Logistik
- Supply Chain Management
- Marketing & Vertrieb
- Wirtschaftsinformatik / Technologiemanagement

Der Studiengang wird zudem die Transformation industrieller Märkte durch relevante Mega-Trends behandeln.

So umfasst das Studienprogramm neben zahlreichen Veranstaltungen zur digitalen Transformation auch Lehrveranstaltungen, die sich z.B. mit den Herausforderungen eines nachhaltigen Wertschöpfungsmanagements oder mit der zunehmenden ‚Servitization‘ der industriellen Wertschöpfung befassen. Studierende werden dabei mit einem breiten Spektrum an Theorien und Frameworks (z.B. Resource-based view und capability-based view, Transaction cost framework, Actors-Activities-Resources framework, Relational contracting theory, Service-dominant logic) vertraut gemacht, welche die Vielfältigkeit der Forschungsarbeiten abbildet, die sich zu Value Chains und Business Ecosystems entwickelt haben.

Zielgruppe des Studiengangs

Der Studiengang M.Sc. Value Chain Management & Business Ecosystems richtet sich an Studierende, die sich für industrielle Wertschöpfung und das Geschehen auf industriellen Märkten interessieren. Zum einen sind dies Studierende, welche die wesentlichen Aspekte des industriellen Managements kennenlernen und verstehen wollen, um später selber in Industrieunternehmen oder in verwandten Bereichen im Management tätig zu werden.

Zum anderen bietet der Studiengang aber auch wertvolle Inhalte für Studierende, die in ihrer späteren Laufbahn in Industrieverbänden, in politischen Institutionen, in Gewerkschaften, im Journalismus, in Nicht-Regierungs-Organisationen oder in verwandten Umfeldern mit Fragen der Wertschöpfung im industriellen Kontext befasst sein werden.

Schließlich stellt aber auch die Forschung zu industriellen Märkten ein sehr umfassendes Feld dar, sowohl im akademischen Bereich, in dem zahlreiche Disziplinen das Phänomen „Industrie“ erforschen, als auch in anderen privaten oder staatlichen Forschungsinstituten und –einrichtungen.

Somit bietet sich Studierenden des Studiengangs Value Chain Management & Business Ecosystems ein breites potentiell Tätigkeitsfeld. Dabei ist auch zu beachten, dass im geographischen Umfeld der Otto-Friedrich-Universität Bamberg eine Vielzahl an industriellen Akteuren in verschiedenen Branchen und unterschiedlicher Organisationsgröße tätig sind (u.a. Unternehmen wie Bosch, Brose, Schaeffler und Siemens, aber auch viele dynamische und innovative mittelständische Firmen), so dass der Studiengang auch einen Beitrag zur Ausbildung von Fachkräften in der Region leistet.

Formale Qualifikationsziele laut Einrichtungsantrag

Das Masterstudium Value Chain Management & Business Ecosystems führt zu einem berufs- und forschungsqualifizierenden Abschluss an einer wissenschaftlichen Hochschule. Es soll die Fähigkeit vermitteln, betriebswirtschaftliche Probleme mit dem Fokus Value Chain Management sowie Business Ecosystems mit wissenschaftlichen Methoden vertiefend zu analysieren sowie selbständig innovative Lösungsmöglichkeiten zu erarbeiten. Vertiefende Kenntnisse werden vermittelt, um einerseits qualifizierte Einsatzmöglichkeiten in der beruflichen Praxis zu schaffen und andererseits eigene Forschungsarbeit zu ermöglichen. Je nach Ausrichtung im Masterstudium wird damit auch die Grundlage für nachfolgende wissenschaftliche Qualifikationen, zum Beispiel die Promotion, gelegt. Darüber hinaus soll auch die Fähigkeit vermittelt werden, fachübergreifende Probleme zu erkennen und mit Hilfe des Value Chain Managements sowie der strategischen Positionierung in Business Ecosystems Lösungen für diese zu entwickeln.

Aufbau des Studiengangs

Modultabelle: M.Sc. "Value Chain Management & Business Ecosystems"

Modulgruppe	Erläuterung	ECTS
1 (Prozesse)	<p>Die einzelnen Lehrveranstaltungen sollen die Studierenden in die Lage versetzen, Wertschöpfungsprozesse, Wertschöpfungsprozessketten bis hin zu ganzen Wertschöpfungsnetzwerken zielgerichtet zu gestalten sowie zu planen, steuern und zu kontrollieren.</p> <p>Besonderheit: Eine Ringvorlesung Efficient Consumer Response, ECR (Ivens, Pflaum, Sucky).</p> <p>3 Pflichtveranstaltungen (18 ECTS), Wahlbereich (6 ECTS).</p>	18 + 6
2 (Technologien)	<p>Zur Planung, Steuerung und Kontrolle von Wertschöpfungsprozessen sowie zu ihrer effizienten Ausführung sind entsprechende (Informations-) Technologien einzusetzen. Hierfür werden den Studierenden praxisnahe Anwendungskompetenzen v.a. aus der Wirtschaftsinformatik vermittelt.</p> <p>3 Pflichtveranstaltungen (18 ECTS), Wahlbereich (6 ECTS).</p>	18 + 6
3 (Menschen)	<p>Im Mittelpunkt steht der Mensch als Entscheider, Planer, Einkäufer, Verhandlungsführer, Verkäufer, Innovator, Gestalter, Angestellter oder Vorgesetzter.</p> <p>3 Pflichtveranstaltungen (18 ECTS), Wahlbereich (6 ECTS).</p>	18 + 6
4 (Forschung)	3 (Forschungs-)Seminare	18
5 (Masterarbeit)	Vorlesung „Wissenschaftliche Methoden“ 6 ECTS und Masterarbeit 24 ECTS	30
SUMME		120

... / ...

Modulgruppe: Prozesse			
	Module (Prüferin bzw. Prüfer)	LVA	ECTS/ T
Pflichtbereich: 18 ECTS-Credits aus den folgenden Modulen			
a	Efficient Consumer Response (Ivens, Pflaum, Sucky)	V	6
b	Supply Chain Management (Sucky)	V/Ü	6/WS
c	Business-to-Business Marketing & Purchasing (Ivens)	S	6/WS
Wahlpflichtbereich: 6 ECTS-Credits aus den folgenden Modulen			
d	Price Management (Ivens)	S	6/SS
e	Management von Logistik-Dienstleistungen in der Supply Chain (Pflaum)	V	6/SS
f	Operations Management (Sucky)	V/Ü	6/
g	Nachhaltigkeit in Vertrieb und Marketing (Ivens/Wimmer)	S	6/WS
h	Optimierung IT-lastiger Geschäftsprozesse (Weitzel)	V	6/SS
i	Managing Digital Innovation & Transformation (Beimborn)	S	6/SS
j	Change Management (Andresen)	SU	6/WS
k	Organisationales Krisenmanagement (Fliaster)	SU	6/WS
l	Corporate Strategy and Growth (Friesl)	V	6/WS

Modulgruppe: Technologien			
	Module (Prüferin bzw. Prüfer)	LVA	ECTS/ T
Pflichtbereich: 18 ECTS-Credits aus den folgenden Modulen			
a	Funktechnologien in der Logistik I - vom Barcode zu RFID (Pflaum)	V/Ü	6/WS
b	Funktechnologien in der Logistik II (Pflaum)	V/Ü	6/SS
c	Data Analytics in der Energieinformatik (Staake)		6/WS

Wahlpflichtbereich: 6 ECTS-Credits aus den folgenden Modulen			
d	IT-Wertschöpfung (Weitzel)	V	6
e	Data driven decision support (Staake)	V/Ü	6/SS
f	Standards und Netzwerke (Weitzel)	V	6/WS
g	Operations Research (Sucky)	V/Ü	6/SS
h	Projekt-Werkstatt für den Entwurf von Informationsdienstleistungen in der digitalen Welt (Pflaum)	S	6/WS
i	Supply Chain Simulation (Sucky)	S	6/WS
l	Strategic Renewal and Organisational Transformation (Friesl)	S	6/SS
m	Blockchain Applications for Business (Ivens)	V	6/S1

Modulgruppe: Menschen			
	Module (Prüferin bzw. Prüfer)	LVA	ECTS/ T
Pflichtbereich: 18 ECTS-Credits aus den folgenden Modulen			
a	Innovation und Kollaboration: Management von intra- und interorganisationalen Innovationsschnittstellen (Fliaster)	SU	6/S1
b	Leadership and Management Development (Andresen)	S	6/WS
c	Management IT-bedingter Veränderungen (Weitzel/Laumer)	V	6
d	Mensch-Computer-Interaktion (Gross)	V/Ü	6/SS
Wahlpflichtbereich: 6 ECTS-Credits aus den folgenden Modulen			
e	Implementation and Diffusion of Innovations (Fliaster)	SU	6/WS
f	International Dimensions of Human Resource Management (Andresen)	SU	6/SS
g	Betriebspädagogik (Gerholz)	S	6/WS
h	Analyse sozialer Netzwerke (Fischbach)	V	6/SS/2
i	Netzwerktheorie (Fischbach)	V/S	6/SS

j	The Future of Work (Andresen)	S	6/SS
k	Intercultural Challenges in Customer and Account Management (Ivens/Carrara Cagni)	S	6/S1
l	Strategy Practice and Process (Friesl)	S	6/S1

Modulgruppe: Forschung			
	Module (Prüferin bzw. Prüfer)	LVA	ECTS/ T
(Wahl-)Pflichtbereich: 18 ECTS-Credits aus den folgenden Modulen			
a	Forschungsseminar Internationales Marketing (Ivens)	S	6/WS
b	Research Seminar Business-to-Business (Ivens)	S	6/SS
c	Produkt- und Dienstleistungsinnovationen im Supply Chain Management (Pflaum)	S	6/WS
d	Research Seminar on International Innovation Strategies (Fliaster)	S	6/S1
e	Seminar Supply Chain Management I (Sucky)	S	6/SS
	oder Seminar Supply Chain Management II (Sucky)	S	6/WS

Modulgruppe: Masterarbeit			
	Module (Prüferin bzw. Prüfer)	LVA	ECTS/ T
Pflichtbereich: 30 ECTS-Credits aus den folgenden Modulen			
a	Masterarbeit (mit Kolloquium oder Disputation)		24
b	Wissenschaftliche Methoden	V	6/SS