



BWL – Intensiv – / Zwei Tage, 18 U.-Std.

Mit Unternehmensplanspiel Topsisim General Management II (Version 11.0)

Sehr intensives, effizientes, anspruchsvolles und nachhaltiges BWL-Seminar mit hoher Teilnehmeraktivität – Kombination aus PC-gestützter Simulation, Moderationsabschnitten, Lehrgesprächen und Diskussion.

Behandelt werden alle Bereiche eines Unternehmens von der Fertigung über Einkauf Personalplanung, Forschung und Entwicklung bis hin zu Marketing und Vertrieb, sowie auch Themen wie Produktlebenszyklen, Personalqualifikation, Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit, Produktivität, Rationalisierung, Umweltaspekte, Aktienkurs, Unternehmenswert und Rating.

Ein umfangreiches Berichtswesen (internes Rechnungswesen mit detaillierter Kostenrechnung, externes Rechnungswesen, ausführliche Marktforschungsberichte) liefert die Informationen für die Entscheidungen der Teilnehmer. Die Rechnungslegung erfolgt wahlweise nach HGB oder US-GAAP.

Komplexitätssteigerung im Spielverlauf: Modulares, nach didaktischen Gesichtspunkten aufgebautes Konzept: Die Teilnehmer werden schrittweise an komplexe Themenstellungen herangeführt. Für die Durchführung stehen mehrere Szenarien und Fallstudien zur Verfügung.

Zielgruppen

Führungskräfte, Führungsnachwuchskräfte, Mitarbeiter, die betriebswirtschaftliche Kenntnisse in ihrer betrieblichen Praxis benötigen.

Grundlegende BWL-Kenntnisse sollten vorhanden sein, z.B. durch den Besuch unseres Seminars "BWL-kompakt –BWL an einem Tag –".

Lernziele

Das Planspiel lässt die Teilnehmer die vernetzten **Zusammenhänge im Unternehmen hautnah erleben**, insbesondere die Zielkonflikte, die sich in der Führung eines Unternehmens systembedingt ergeben. Es vermittelt und vertieft nicht nur betriebswirtschaftliches Wissen, sondern fördert auch die **Teamarbeit** in einer Teilnehmergruppe, da diese als "Vorstand ihres Unternehmens" für ihre Entscheidungen und die Ergebnisse "gerade stehen muss". Es trainiert den **Umgang mit Informationen und die Entscheidungsfindung**, auch unter Zeitdruck. TOPSIM - General Management II ist insbesondere geeignet, um **wirtschaftliches vernetztes Denken und Handeln und strategische Unternehmensführung** zu vermitteln.

Inhalte

- Unternehmensziele und -strategien
- Absatz: Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Produkt-Relaunch, Produkt-Neueinführung, Markteintritt in einen neuen Markt, Kalkulation von Sondergeschäften, Deckungsbeitragsrechnung und Marktforschungsberichte als Informationsgrundlage für Marketingentscheidungen
- Finanz- und Rechnungswesen: Bilanz- und Erfolgsrechnung, Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung, stufenweise Deckungsbeitragsrechnung, Finanzplanung, Cash Flow
- F & E: Technologie, Ökologie, Wertanalyse
- Beschaffung/Lagerhaltung: Optimale Bestellmenge
- Fertigung: Investition, Desinvestition, Eigenfertigung oder Fremdbezug, Auslastungsplanung, ökologische Produktion, Rationalisierung, Lernkurve
- Personal: Personalplanung, Qualifikation, Produktivität, Fehlzeiten, Fluktuation
- Aktienkurs und Unternehmenswert
- Portfolioanalyse, Auswertung von Kennzahlen

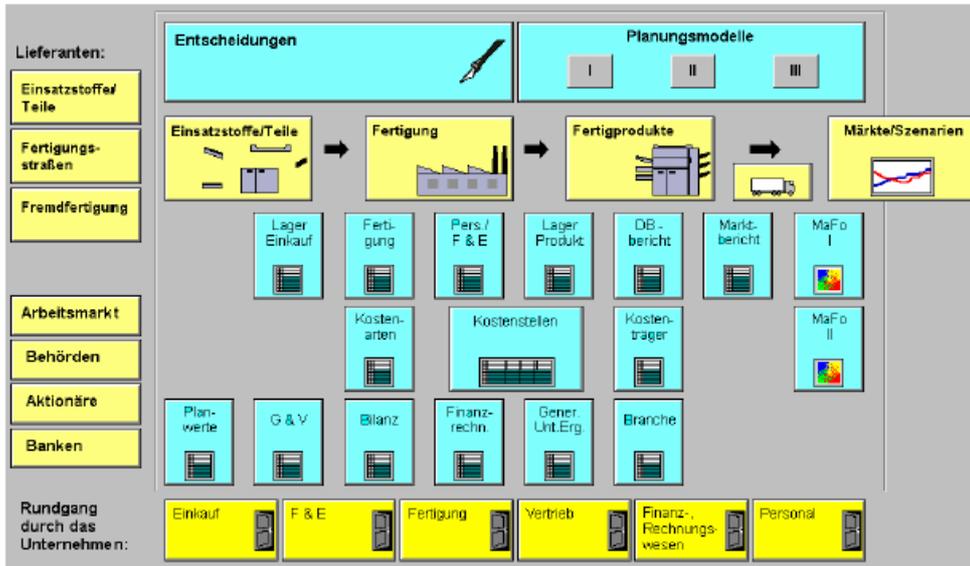
Planspieldurchführung

2 Tages Intensiv-Training (18 Unterrichtsstunden)

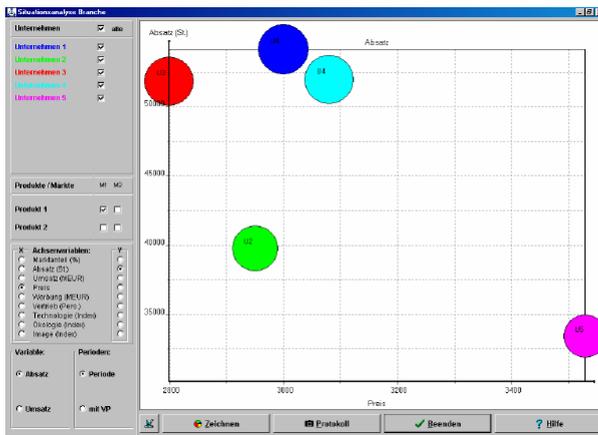
9-15 Teilnehmer in drei bis fünf Spielgruppen

Bis zu 63 Entscheidungen pro Periode (je nach eingestellter Komplexität)

Zur Unterstützung der Entscheidungsfindung können die Teilnehmer – nach Freigabe durch Seminarleiter - eine spezielle Software (Teilnehmersysteme und Tutoren) benutzen. Integration in Blended Learning- und Internet-Konzepte möglich.



Die Grafik zeigt im Überblick die in der Simulation abgebildeten Betriebseinheiten, Kostenstellen und Berichte. Sie zeigt auch auf, von welchen externen Faktoren ein Unternehmen abhängig ist (Lieferanten, Arbeitsmarkt, öffentliche Hand, Aktionäre und Banken als Geldgeber).



Grafische Auswertung

Vertrieb	Produkt 1 Markt 1	Markt 2	Produkt 2 Markt 1	Markt 2	FCU
Preis (pro Stück)	EUR	FCU	EUR		
Werbung (MEUR)					
Vertrieb (Anz. Pers.)	Markt 1	Markt 2			
Corporate Identity (MEUR)					
Marktforschungsbericht	Ja: <input type="checkbox"/>				
Produktentwicklung	Technologie	Ökologie	Wertanalyse	Großabnehmer: Stück	
	Anz. Pers.	(MEUR)	(MEUR)	Ausschreibung: EUR/St.	
Produkt 1 - alt				<input type="checkbox"/> Relaunch (1 - alt) oder	
Produkt 1 - neu				<input type="checkbox"/> Neueinführung (1 - neu)	
Einkauf	Einsatzstoffe/Teile (Einheiten)		Produkt 1	Produkt 2	
	Bezug Fremdfertigung (Stück)				
Fertigung	Fertigungsmenge (Stück)		Produkt 1	Produkt 2	
	Fertigungsstraßen		Typ A	Typ B	Typ C
	Investition (Anzahl neue Straßen)				
	Desinvestition (Nummern der Straßen)				
	Instandhaltung (MEUR/Straße)				
	Rationalisierung (MEUR/Straße)				
	Prozess-Optimierung (MEUR)			Training (MEUR)	
	Investition in Umwelanlagen (MEUR)			Personalmehrkosten (%)	
	Fertigungspersonal Einst. / Entf. (-)				
	Mittelfristiger Kredit				
Finanzen (MEUR)	Langfristiger Kredit				
	Kauf von Wertpapieren				
	Dividende (% vom Jahresüberschuss)				
Planwerte (MEUR)	Umsätze	Produkt 1: Markt 1	Markt 2		
		Produkt 2: Markt 1	Markt 2		
	Eigenkapitalrendite (%)		Cashflow		



Teilnehmersystem

