Management Probeklausur – Lösung

|  |  |
| --- | --- |
| Aufgabe 1: | Aussagen 1 und 2 |
| Aufgabe 2: | Wirtschaftlichkeit bedeutet, dass keine Produktionsfaktoren verschwendet werden.  Sie kann als Input/Output Relation einer Wertkette gemessen werden, wobei man entweder die Kosten oder die Leistung als Maß verwenden kann, jedoch nicht  beide zusammen. Es gibt zwei Ausprägungen des Wirtschaftlichkeitsprinzip:  Minimumprinzip: Einen gegebenen Output mit minimalen Ressourcen erreichen.  Maximumprinzip: Den maximalen Output bei gegebenem Input erstellen. |
| Aufgabe 3: | Aussagen 1,2,3,4 |
| Aufgabe 4: | Diese Aussage ist wahr:  Bei den Hawthorne-Experimenten wollte man die Produktionsveränderung bei veränderter Beleuchtungsstärke messen. Dabei gab es eine Experimental- und eine Kontrollgruppe. Als Ergebnis wurde in beiden Gruppen Produktivitätssteigerungen festgestellt. Dies beweist die Wichtigkeit und den Einfluss von sozialen Kontakten und zwischenmenschlichen Beziehungen in Organisationen, wodurch man eine Organisation als soziales System bezeichnen muss. |
| Aufgabe 5: | - Regelgebundenheit der Amtsführung  - Anstellung durch Arbeitsvertrag  - Unpersönlichkeit der Amtsführung  -Aktenmäßigkeit der Verwaltung |
| Aufgabe 6: | Die Arbeitsbedingungen in Call-Centern werden oftmals mit dem Scientific-Management Ansatz nach Taylor verglichen. Denn dort herrscht eine hohe Fremdbestimmung, die Mitarbeiter werden als Maschinen betrachtet, indem feste Zeiten zum Lösen von Kundenproblemen vorgegeben werden. Außerdem werden sie wenn, dann nur über finanzielle Anreize motiviert und es findet eine starke Entfremdung von der Arbeit statt, da die Mitarbeiter monotone Aufgaben im Kampf gegen die Zeit erfüllen. |
| Aufgabe 7: | - Mitarbeiter  - Kunden  - Lieferanten  - Wettbewerber |
| Aufgabe 8: | Der Humanressource Ansatz ist eine Weiterentwicklung der Human-Relations-Bewegung. Diese setzt großen Wert auf die zwischenmenschlichen Beziehungen innerhalb des Unternehmens und stellt den Menschen in den Mittelpunkt. Die Grundidee lautet: „Glückliche Arbeiter sind gute Arbeiter.“. Dabei blickt sie auf die Individuen, die Vorgesetzen und die Gruppen innerhalb eines Unternehmens.  Der Humanressource-Ansatz hingegen möchte, dass der Mitarbeiter all seine Potenziale ausschöpfen kann und legt demnach den Fokus nicht nur auf die Beziehungen. Er schuf Gestaltungsmöglichkeiten wie das Empowerment, um den Mitarbeiter in seiner Entfaltung zu unterstützen. Er entwickelt den Mitarbeiter vom Social Man der Human-Relations-Bewegung weiter zum Self-Actualizing Man des Humanressource-Ansatzes. |

|  |  |
| --- | --- |
| Aufgabe 9: | Diese Aussage ist wahr.  Shareholder sind Anteilseigner eines Unternehmens. Stakeholder sind Anspruchsgruppen des Unternehmens, also alle Personen, die ein Interesse am Verlauf und Ergebnis eines Unternehmens haben. Als Shareholder als Anteilseigner hat stets ein Interesse am Unternehmensverlauf, dies zielt meist primär auf den finanziellen Erfolg ab, jedoch können für ihn auch weitere Faktoren wie Wirtschaftlichkeit oder nachhaltiges Handeln wichtig sein. Ein Shareholder ist somit stets ein primärer Stakeholder, da er direkt mit dem Unternehmen in Verbindung steht. |
| Aufgabe 10: | Aussagen 1,2,3,4 |
| Aufgabe 11: | Diese Aussage ist falsch.  Der Knowledge-bases-view definiert das Wissen als strategisch wichtigste Ressource eines Unternehmens und ist eine Weiterentwicklung des weniger präzisen Ressource—based-view, der nur von organisationalen, physischen und Humankapitalbezogenen Ressourcen spricht. |
| Aufgabe 12: | Einstufiges Prinzipal-Agenten-Problem: In einer familienbetriebenen KFZ-Werkstatt beauftragt der Geschäftsführer den angestellten Mechaniker mit der Reparatur eines Autos. Der Geschäftsführer als Prinzipal ist Auftraggeber, besitzt die Kontraktkosten (Lohn) und trägt das Risiko für die Arbeit des Mechanikers (Agenten). Dieser hingegen ist Auftragnehmer, trägt die Signalisierungskosten, indem er den Geschäftsführer von seiner gewissenhaften Arbeit überzeugen muss und hat mehr Informationen bezüglich der Ausübung des Auftrags als der Prinzipal  Mehrstufiges Prinzipal-Agenten-Problem:  Großkonzern KFZ-Bau: Geschäftsführer beauftragt den Verantwortlichen für den deutschen Markt mit einer Wirtschaftlichkeitsanalyse. Dieser delegiert diese Aufgabe an den Leiter der Finanzabteilung und dieser beauftragt einen seiner Mitarbeiter damit.  Die Prinzipal hier (Geschäftsführer, Marktverantwortlicher, Abteilungsleiter) tragen jeweils die Verantwortung für die Erstellung der von ihnen delegierten Aufgabe sowie die Kontraktkosten. Die Agenten (Marktverantwortlicher, Abteilungsleiter, Mitarbeiter) haben einen Informationsvorsprung gegenüber ihrem jeweiligen Prinzipal und tragen die Signalisierungskosten, in Form der Versicherung der gewissenhaften Erfüllung der ihnen übertragenen Aufgabe. |
| Aufgabe 13: | - Ergebnisbeteiligung des Agenten  - Direkte Verhaltenssteuerung |
| Aufgabe 14: | Aussagen 1, 3 |
| Aufgabe 15: | Diese Aussage ist falsch:  Diese Geschäftsfelder werden als „Question Marks“ bezeichnet. „Poor-dog“-Geschäftsfelder sind durch geringes Marktwachstum verbunden mit einem niedrigen relativen Marktanteil gekennzeichnet. |
| Aufgabe 16: | „Structure follows Strategy“ = Organisationsstrukturen als Instrument zur Zielerreichung. Ein bisher nur national operierendes Unternehmen will beginnen weltweit zu operieren. Sein Ziel ist es in 20 verschiedenen Länder zu operieren (=Strategy) Darauf aufbauend strukturiert es seien Organisation divisional, um den Anforderungen der einzelnen Märkte gerecht zu werden. |
| Aufgabe 17: | S=Strengths, Stärkten 🡪 interne Analyse  W=Weaknesses, Schwächen 🡪 interne Analyse  O=Oppertunities, Chancen 🡪 externe Analyse  T=Threats, Gefahren 🡪 externe Analyse |
| Aufgabe 18: | Aussage 1 |
| Aufgabe 19: | Transaktionale Führung beruht auf klaren Austauschprozessen und die Mitarbeiter unterstützen Ziele wenn sie ihnen sinnvoll erscheinen.  Transformationale Führung versucht durch charismatische Führung, Inspiration, individueller Förderung und intellektueller Stimulierung die Einstellungen, Wünsche und Vorstellungen der Mitarbeiter zu ändern, damit sich diese auch für höhere Ziele einsetzen.  Bei der Transaktionalen Führung führen die bedingte Belohnung und die Erwartungen zur erwarteten Anstrengung der MA und damit zum erwarteten Erfolg. Durch transformationale Führung kann die erwartete Anstrengung hingegen gesteigert werden, wodurch eine höhere Motivation der MA entsteht und auch der Erfolg größer als erwartet ausfällt. |
| Aufgabe 20: | Aussage 1 |
| Aufgabe 21: | Der Leiharbeiter findet durch die zeitlich flexibel gestaltete Leiharbeit oftmals schneller Arbeit im Vergleich zur Suche nach einer festen Arbeitsstelle. Darüberhinaus kann er viele Erfahrungen in unterschiedlichen Bereichen und Unternehmen sammeln, ohne sich langfristig binden zu müssen. Diese Erfahrungen können ihn später bei der Suche nach einer Festanstellung unterstützen. |
| Aufgabe 22: | Betriebsbedingt: Aufgrund des technologischen Wandels wird ein Produktionsschritt fortan maschinell ausgeführt, weshalb das nunmehr überflüssige Personal entlassen wird.  Mitarbeiterbedingt: Ein Mitarbeiter wird freigesetzt, nachdem er seinen Vorgesetzten geschlagen hat. (Fehlverhalten) |
| Aufgabe 23: | Aufgaben-/Leistungsorientierung: Die Führungskraft ist primär auf die effiziente Leistung und Aufgabenerfüllung fixiert. Er geht nicht auf die Menschen ein und setzt alles daran ein gutes Aufgabenmanagement zu betreiben  Mitarbeiter-/Beziehungsorientierung:  Der Führungskraft sind die Mitarbeiter, die zwischenmenschlichen Beziehungen, die Weiterentwicklung und die Beteiligung der Mitarbeiter wichtig. Ist diese Orientierung stark ausgeprägt beteiligt er die Mitarbeiter oder geht noch weiter und delegiert die Verantwortung an sie. |
| Aufgabe 24: | Aussagen 1, 3, 4 |
| Aufgabe 25: | Wirtschaftsethik i.e.S. befasst sich mit der Frage wie eine gerechte Rahmenordnung aussehen sollte und den moralischen Aspekten des Marktverhaltens, genauer bspw. Mit der Frage der Beziehung zwischen Ökologie und Ökonomie oder der humanen Gestaltung des Mitarbeitereinsatzes.  Führungsethik beschreibt den Umgang der Führungskräfte mit den Mitarbeitern bzw. den Stakeholdern und zielt auf die Antwort der Frage nach einem fairen und menschenwürdigen Umgang mit eben diesen ab.  Wirtschafsethik i.e. S. betrifft mit den allgemeineren Aspekten viele Unternehmen und Personen wohingegen die Führungsethik spezifisch für Führungskräfte ausgelegt ist. |
| Aufgabe 26: | Die philanthropische Verantwortung beschreibt die soziale Verantwortung eines Unternehmens, die es als Teil der Gesellschaft bzw. als „guter Bürger“ erfüllen sollte. Es gibt hierfür keinen rechtlichen Zwang, aber ein Unternehmen sollte diese Verantwortung anstandshalber stets tragen und auch erfüllen. |

|  |  |
| --- | --- |
| Aufgabe 27: | Markterschließung: Erschließung neuer Märkte wenn die Märkte, auf denen man bisher operierte, gesättigt sind.  Effizienz: Effizienzsteigerung durch die Internationalisierung, indem man bspw. in Niedriglohnländern produziert und sich Kosten spart, oder in der Nähe einer wichtigen Ressourcenquelle produziert um effizienter im Sinne von schneller und billiger (da kein Transport nötig) produziert. |
| Aufgabe 28: | Diese Aussage ist wahr:  NPOs haben Sachziele, die sie in ihrem Leitbild, genauer in ihrer Mission und Vision hervorheben wie bspw. Den Hunger auszulöschen. Gleichzeitig haben sie Formalziele wie z.B. keinen Verlust zu erwirtschaften. |
| Aufgabe 29: | Corporate Volunteering: Unternehmen stellen Mitarbeiter frei, damit diese Arbeiten für den gemeinnützigen Zweck bzw. für eine NPS erledigen können.  Episodic Volunteering: Menschen unterstützen NPOs für ein einzelnes, zeitlich begrenztes Projekt, jedoch nicht langfristig als Freiwilliger. |
| Aufgabe 30: | Aussage 2 |
| Aufgabe 31: | Aussagen 2, 3 |
| Aufgabe 32: | Financial Performance: Erfolgsmessung über die erwirtschafteten finanziellen Mittel  Market Performance: Erfolgsmessung über Reputation und Dienstleistungsqualität  Stakeholder Performance: Zufriedenheit und Bindung der Spender, Mitglieder,…  Mission Performance: Beitrag der NPO zur Erreichung langfristiger Ziele  Bei NPOs muss der Erfolg nicht zwingend über den finanziellen Aspekt gemessen werden, es gibt auch weitere Erfolgsdimensionen über die eine NPO bzw. die von ihr geleistete Arbeit bewertet werden kann wie die Market- , Stakeholder- oder Mission Performance, die oben mit je einem Beispiel illustriert wurde. |
| Aufgabe 33: | Cause-related Marketing  Unternehmen spenden einen festgelegten Betrag für ein gemeinnütziges Projekt in Abhängigkeit der Verkaufserlöse bzw. der verkauften Anzahl ihres Produkts. Hiermit werben sie bei Kunden und hoffen ihre Verkäufe zu steigern. |
| Aufgabe 34: | Aussagen 1,2,4 |