



Wettbewerb zu Perspektiven der marktorientierten Unternehmensführung

Wettbewerb zu Perspektiven der marktorientierten Unternehmensführung

Organisiert von der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung und der Heribert Meffert-Stiftung anlässlich des 30jährigen Jubiläums der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung 2011, steht der Wettbewerb unter dem Oberthema "Spannungsfelder und Zukunftsperspektiven der marktorientierten Unternehmensführung".

- * Wie sehen die marktorientierte Unternehmensführung und das Marketing der Zukunft aus?
- * Welche Herausforderungen und Spannungsfelder müssen bewältigt werden?
- * Wir sind interessiert an Deinen Einschätzungen und Thesen!

Bewirb Dich mit einem kurzen Aufsatz und diskutiere mit den Top-Management Mitgliedern der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung!

Die 3 besten Aufsätze werden mit insgesamt 6.000 Euro ausgezeichnet.

- * Die Wettbewerbsthemen:

Spannungsfeld 1 - Entrepreneurial vs. Managerial

Selbständige Unternehmer und angestellte Manager werden oft als der jeweilige Gegenpart dargestellt. Doch wie unterscheiden sich die Herausforderungen und Ziele dieser beiden Gruppen? Wo existieren Schnittpunkte und wo bestehen Konflikte?
Corporate Governance - Verantwortungsbewusstsein -Ziele und Anreize - Share- vs. Stakeholderorientierung

Spannungsfeld 2 - Effective vs. Responsible

Obwohl in der Praxis der Ruf nach verantwortlichem unternehmerischem Handeln lauter wird und Bekenntnisse von Unternehmern und Managern zur Nachhaltigkeit schon zur Tagesordnung gehören, erschüttern doch immer wieder kleine und große Skandale die Wirtschaftswelt. Worin ist der Grundkonflikt zwischen wirtschaftlich effektiver und gesellschaftlich verantwortlicher Unternehmensführung zu sehen? Existiert ein solcher Konflikt überhaupt? Wie kann diesem Spannungsfeld begegnet werden?

Anreizsysteme - "ehrbare Kaufmann" - Moral und Ethik in der Wirtschaft - Responsible Leadership

Spannungsfeld 3 - National vs. Global

Durch die Globalisierung und das Internet löst sich die räumliche Trennung von Märkten, Konkurrenten und Konsumenten zunehmend auf. Welche Konsequenz hat die Entgrenzung für die Bearbeitung der Heimatmärkte und der Erschließung neuer Märkte? Sind "Standardisierung" und "Differenzierung" noch immer die zentralen Leitlinien? Und welche Rolle spielt der Faktor "Mitarbeiter" in einer globalen Welt?
Netzwerke - Mitarbeiterqualifikation - Globale Unternehmensorganisation - Grenzen des Unternehmens

- * Teilnehmer

Teilnehmen können Studierende und Doktoranden deutscher Hochschulen

- * Preise

1. Platz: 3.000 Euro
2. Platz: 2.000 Euro
3. Platz: 1.000 Euro

- * Jury

4 Repräsentanten der Wissenschaftlichen Gesellschaft und der Heribert Meffert-Stiftung sowie ein Studierendenvertreter

- * Beitrag

Aufsatz inklusive Thesen (max.10 Seiten)

- * Einsendeschluss

30.07.2011

Die Preisverleihung findet am 14.10. 2011 bei der Jubiläumsveranstaltung in Münster statt.

- * Kontakt:

Die Aufsätze müssen per Mail an hannalena.deitmar@wiwi.uni-muenster.de

sowie in 2facher Ausfertigung postalisch eingereicht werden:

Heribert Meffert-Stiftung
z.H. Hanna Lena Deitmar
Marketing Centrum Münster
Am Stadtgraben 13-15
48143 Münster

Pressekontakt

Handelshochschule Leipzig gGmbH

Herr Volker Stößel
Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

Firmenkontakt

Handelshochschule Leipzig gGmbH

Herr Volker Stößel
Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

Handelshochschule Leipzig (HHL)

Die Handelshochschule Leipzig (HHL) ist Deutschlands älteste betriebswirtschaftliche Hochschule und zählt heute zu den führenden Business Schools. Innerhalb der Ausbildung von leistungsfähigen und verantwortungsbewussten Führungspersönlichkeiten spielt neben der Internationalität die Verknüpfung zwischen Theorie und Praxis eine herausragende Rolle. www.hhl.de