

ABLAUF

- ▶ Dauer: 2 – 5 Tage
- ▶ Max. 8 Perioden mit bis zu 54 Entscheidungen
- ▶ Teilnehmerzahl: 9 – 50 (3 – 10 Gruppen à 3 – 5 Personen)
- ▶ Sprache: deutsch, englisch
- ▶ Zusatzmodule: XL Version für das Spiel mit bis zu 10 Unternehmen, Zusatzszenarien, Pro-Szenarien
- ▶ Blended Learning durch Verfügbarkeit über die TOPSIM – Cloud: ab Version 15 möglich

HARDWARE/SOFTWARE

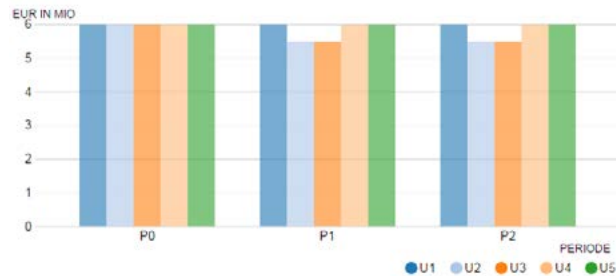
Als lokale Installation

- ▶ Handelsüblicher PC oder Notebook
- ▶ Betriebssystem: Windows XP/Vista/7/8

Bei Nutzung über die TOPSIM – Cloud

- ▶ Webbrowser: Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer oder Apple Safari
- ▶ Betriebssystem- und Geräteunabhängig

Beispielhafte grafische Auswertung der Werbung



! DARUM TOPSIM

- ▶ Marktführer im Bereich computer-gestützter Unternehmensplanspiele
- ▶ Mehr als 300 Hochschulen und 150 Unternehmen nutzen unsere Simulationen
- ▶ Über 1800 zertifizierte TOPSIM – Spielleiter
- ▶ Regelmäßige Seminarleitertrainings
- ▶ Jährliches Anwendertreffen zur Weiterbildung, Weiterentwicklung und zum Austausch

✉ KONTAKT

Hat unsere Simulation Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre Email oder Ihren Anruf.

TOPSIM GmbH

Neckarhalde 55

72070 Tübingen

(t) +49 (0) 7071 7942 0

(f) +49 (0) 7071 7942 29

(e) info@topsim.com

(web) www.topsim.com

blog.topsim.com

facebook.com/topsim.planspiele

twitter.com/Planspiele

linkedin.com/company/topsim-gmbh

xing.com/companies/topsimgmbh



KOMPLEXITÄT
1
2
3

MASTERING GENERAL MANAGEMENT

Unternehmen sind vielschichtige Systeme mit komplexen Strukturen und verschiedensten Aufgaben. Für eine erfolgreiche Unternehmenstätigkeit benötigen Entscheidungsträger ein Verständnis für innerbetriebliche Zusammenhänge und Wechselwirkungen der verschiedenen unternehmensinternen und -externen Einflussgrößen. Mastering General Management verdeutlicht den Teilnehmer diese Herausforderungen und stärkt damit die Fähigkeit des vernetzten Denkens.

ÜBER MASTERING GENERAL MANAGEMENT

- ▶ Das kompetitive Industriepianspiel Mastering General Management ist eine anspruchsvolle Management Simulation, welche die komplexen Zusammenhänge eines produzierenden mittelständischen Unternehmens in der Drucker- und Kopierer Branche abbildet. In der Rolle der Geschäftsführung treffen die Teilnehmer strategische und operative Entscheidungen in den Unternehmensbereichen Marketing, Vertrieb, Forschung und Entwicklung, Einkauf, Fertigung, Personal und Verwaltung. Dabei erlernen sie, strukturiert mit großen Informationsmengen umzugehen und die Reichweite ihrer Entscheidungen abschätzen zu können.

Beispielhafte Entscheidungen im Bereich Vertrieb und Corporate Identity

VERTRIEB	
	COPY Classic
Preis Markt 1 (EUR)	3.250
Preis Markt 2 (FCU)	1.500
Werbung Markt 1 (MEUR)	6,00
Werbung Markt 2 (MEUR)	0,00

VERTRIEB	Markt 1	Markt 2
Vertrieb (Anz. Personen)	100	50

CORPORATE IDENTITY	
	Eingabe
Corporate Identity (MEUR)	2,00

LERNINHALTE

Aus dem Bereich: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre insb. Unternehmensführung

- ▶ Wertorientierte Unternehmensführung
- ▶ Unternehmensleitbild (Vision, Mission, Zielbildung)
- ▶ Strategisches Marketing (Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Corporate Identity)
- ▶ Geschäftsfeldentwicklung
- ▶ Personalplanung und -qualifikation, Produktivität und Fluktuation
- ▶ Produktmanagement
- ▶ Beschaffungsmanagement (Make-or-Buy Decision; Global Sourcing)
- ▶ Ökologische Produktion, Rationalisierung
- ▶ Investitions- und Auslastungsplanung
- ▶ Finanz- und Rechnungswesen (Kostenrechnung, Break-Even-Analyse, Finanzplanung, Bilanz, GuV, Cash-Flow Statement und Kennzahlensysteme)

ÜBERGREIFENDE LERNZIELE DER TOPSIM – PLANSPIELE

- ▶ Erkennen und Berücksichtigen von Rahmenbedingungen für wirtschaftlichen Erfolg in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld
- ▶ Auswählen und Umsetzen von Strategien zur Erreichung von Zielen
- ▶ Evaluieren von Unternehmensdaten
- ▶ Effektives Treffen von Entscheidungen im Team
- ▶ Einschätzen der Konsequenzen von Entscheidungen

FACHLICHE LERNZIELE VON MASTERING GENERAL MANAGEMENT

- ▶ Erkennen gesamtunternehmerischer Zusammenhänge und Anwenden von vernetztem Denken und Handeln für eine wertorientierte Unternehmensführung
- ▶ Anwenden von strategischen Analysen (Umwelt- und Unternehmensanalysen) und Auswahl von Wettbewerbsstrategien für verschiedene Produkte, Märkte und Zielgruppen
- ▶ Beurteilen von Marketing- und Produktstrategien mit Hilfe von Portfolio-Analysen
- ▶ Interpretieren von Ergebnissen mit Hilfe von Controlling Instrumenten
- ▶ Evaluieren strategischer Investitionsplanung und GAP Analyse
- ▶ Vergleich und Auswahl von Fremd- und Eigenfinanzierungsmöglichkeiten und Einschätzen des Währungsrisikos.



EINSATZBEREICHE

- ▶ Master- oder fortgeschrittene Bachelorstudiengänge der Wirtschaftswissenschaften
- ▶ (Nachwuchs-) Führungskräfte
- ▶ Mitarbeiter aus allen Unternehmensbereichen
- ▶ Trainees