

## ZEIT / ORT

	ZUG 2	ZUG 3
Termine	Donnerstag, 14.15 bis 20.00 Uhr	Freitag, 14.15 bis 20.00 Uhr
	23.4 / 7.5 / 18.6 / 2.7	24.4 / 8.5 / 19.6 / 3.7
	Wargame für alle : 6. und 7. Juni Einführung in das Wargame: 22-5; 17 - 19 Uhr.	
Ort (Seminar)	MIE 201	Mie 201
alles weitere unter...	<a href="http://bluemelhuber.de">bluemelhuber.de</a>	

## SPIELREGELN

- alle Beiträge sind (Klausur-) relevant und vorzubereiten
- pro Beitrag: ca 30-45 min Diskussion
- die jeweilige Studierendengruppe führt in die Diskussion des jeweiligen Beitrages ein:
  - Thesenartige Zusammenfassung der Kernaussagen (3-5 Thesen)
  - Erläuterung zentraler Begriffe / Theorien / Methoden
  - Aufzeigen von Konsequenzen für Management & Forschung (Theorie)
- 1-seitiges Handout für ALLE Teilnehmer & Dozent.

## TERMINPLANUNG

		ZUG 2	ZUG 3
<b>23.4 / 24.4</b> Denkfiguren der Marke	Fournier. Consumers and Their Brands....	Klein, Renner, Garth	Hörten, Katzmann, Boche
	Blackstone. Beyond Brand Personality.	Muralev, Vana, Wilkens	Welzenheimer, Augustyniak, Mayr
	Biel. Brand Equity and Advertising	Cordes, Deacon	Groeneveld, Schröder
	Holt & Cameron. Cultural Strategy (1 & 9)	Zidan, Wallrabe, Klopp	Hoschek, Celan, Brandt
	Cova. Community and Consumption	von Schwichow, Ruthscheid	Kozachek, Haufe, Glatte
	Muniz & O'Guinn. Brand Community	Hübner, Martens, Lacis	Fehlauer, Hörmeyer, Zylka
	Holt & Cameron. Cultural Strategy (14)	Boser, Paland	Hinzmann, Hoffmann

		ZUG 2	ZUG 3
<b>7.5 / 8.5</b> Identität & Corporate B	Rughase. Identity and Strategy	Krause, Kratzat	Heinzmann, Halac
	Shultz, Antorini & Csaba. Corporate Branding	Denzel, Büttner, Tengler	Laufkötter, Astheimer, Schönfeld
	Schultz. A Cross-Disciplinary Perspective...	Muralev, Vana, Wilkens	Welzenheimer, Augustyniak, Mayr
	Scott: Anonymous Agencies...	Fuchs, Fritsch	Storck, Füssel
	Karmark. Living the Brand	Schabert, Leimstädtner	Warmbold, Henke
	Harquail. Practice and Identity	Nettelbreker, Wittneben, Frank	Naujocks, Niklahs Tsukawaki
	Identität und Positioning (Wargame-Vorber.)	Bluemelhuber	
<b>22.5, 17-19</b>	<b>Einführung in das Wargame</b>	alle	
<b>6. bis 7.6</b>	<b>WARGAME</b>	alle	
<b>18.6 / 19.6</b> Issue & Stakeholder Mgmt.	Ansoff. Strategic Issue Management	Nettelbreker, Wittneben, Frank	Naujocks, Niklahs Tsukawaki
	Obermeier. Strategien für Unternehmen...	Cordes, Deacon	Groeneveld, Schröder
	Dutton. Strategic Agenda Building	von Schwichow, Ruthscheid	Kozachek, Haufe, Glatte
	Mitchell, Agle & Wood. Towards a Theory of Stakeholder Identification	Fuchs, Fritsch	Storck, Füssel
	Luoma-aho & Vos. Towards a More Dynamic Stakeholder Model	Boser, Paland	Hinzmann, Hoffmann
	KLAUSURVORBEREITUNG	alle	alle
<b>2.7 / 26.6</b> Stakeholder & CSR	Liebl. Corporate Social Responsibility	Schabert, Leimstädtner	Warmbold, Henke
	Brunck & Blümelhuber. One Strike and You're Out	Klein, Renner, Garth	Hörten, Katzmann, Boche
	Methoden-Workshop	Denzel, Büttner, Tengler	Laufkötter, Astheimer, Schönfeld
Strategie- Prozess	Brunsson. The Organization of Hypocrisy	Zidan, Wallrabe, Klopp	Hoschek, Celan, Brandt
	Saravasvathy. Causation and Effectuation	Hübner, Martens, Lacin	Fehlauer, Hörmeyer, Zylka
	Bryant. Top and Middle Mgmt Micro-Processes	Krause, Kratzat	Heinzmann, Halac