Eckpunkte für ein MBA-Programm der Universität San Jorge

Erster Entwurf

Das Programm richtet primär an Kleine und Mittlere Unternehmen in Aragon. In einem zweiten und dritten Schritt kann die Zielgruppe auf andere Regionen Spaniens und Interessierte aus dem Ausland erweitert werden.

Das Programm geht von dem Grundgedanken aus, dass in der Zukunft internationales Arbeiten in jeder Hinsicht (Technik, Wettbewerb, Beschaffung, Personal, Wettbewerber, Märkte, Produktion und Zulieferer) der Normalfall sein wird. Nationale Schutzräume und Nischen wird es immer weniger oder gar nicht mehr geben. Diese Internationalisierung eröffnet neue Chancen, aber sie ist auch existenzbedrohend für den, der sich nicht darauf vorbereitet. Das Programm hat das Ziel, die nächste Generation der Eigentümer und andere Führungs- und Nachwuchskräfte auf die Internationalisierung der Märkte und aller anderen Prozesse vorzubereiten.

Die bisherige Ausbildung in Management-Themen und ebenso die Management-Literatur ist zum größten Teil auf große Unternehmen ausgerichtet. Sie setzt Strukturen, Prozesse und Ressourcen voraus, die in kleineren Unternehmen gar nicht existieren. Sie unterstützt aber auch nicht die kleinen Unternehmen in ihren Stärken – der höheren Innovationskraft und Schnelligkeit und People-Mindedness. Das Ergebnis ist, dass Kleine Unternehmen vielfach alleine gelassen werden. Einerseits erscheint es so, als könnten Kleine Unternehmen einfach von der Hand in den Mund leben und bräuchten gar keine guten Management-Methoden. Andererseits gibt es ein berechtigtes Misstrauen der Kleinen und Mittleren Unternehmen gegenüber den von Universitäten, Fachliteratur und Beratern vermittelten Methoden und Instrumenten.

KMUs stehen aber vor denselben Herausforderungen wie große Unternehmen, sie brauchen Methoden, die genauso gut sind, aber die auf ihre Größe sowie auf ihre Stärken und Schwächen ausgerichtet sind.

Ein auf kleine und mittlere Unternehmen ausgerichtete MBA ist kein MBA auf niedrigerem Niveau. Etwas klar und einfach zu machen, ist schwieriger als es kompliziert zu machen und die mangelnde Klarheit hinter modischen Begriffen zu verbergen. Der MBA arbeitet auf einer klaren theoretischen und methodischen Basis, aber er entmystifiziert modische Trends und bleibt immer mit beiden Beinen auf dem Boden. Er versucht nicht, zu beeindrucken, sondern praktische Wege aufzuzeigen.

Er vermittelt nicht den Eindruck, dass es die eine richtige Lösung (10 Schritte zum garantierten Erfolg) oder die eine richtige Antwort gäbe, die man auswendig lernen und abfragen könnte. Er vermittelt die Fähigkeit, Probleme zu erkennen, die richtigen Fragen zu stellen und eigenständig Lösungen zu suchen oder zu entwickeln, die pragmatisch auf die Möglichkeiten Kleiner Unternehmen zugeschnitten sind.

Die Studenten werden voraussichtlich nicht perfekt im Englisch sein. Aber es gibt in Zukunft keinen Unternehmenserfolg ohne Englisch. Fremdsprachen sind nicht etwas Exotisches, sondern ein normales Handwerkszeug für einen Top Manager ebenso wie für eine Sekretärin. Es hilft aber nicht weiter, aus diesen mangelnden Englischkenntnissen eine Bedrohung oder ein Hindernis zu machen. Ebenso wenig wäre es zielführend, einen Englischkurs vorauszuschalten, nach dem man dann angeblich perfekt Englisch beherrscht. Das Heranführen an ein besseres Englisch im Business-Kontext muss integraler Bestandteil des MBA-Programms sein.

Das Programm sollte nicht von dem ausgehen, was angeblich State oft the Art ist in den verschiedenen Fachdisziplinen (Controlling, Marketing, Human Resources etc.) und schon gar nicht sollte dieser Stoff isoliert als Lernstoff vermittelt werden. Das Programm sollte vielmehr von den Herausforderungen ausgehen, die einem Unternehmen im normalen Alltag oder bei der Verfolgung seiner Ziele begegnen. Darauf sollten intelligente Antworten entwickelt werden.

Die Studenten sollen lernen, selbstständig zu recherchieren und die Ergebnisse kritisch zu bewerten. Die Studenten sollen alleine und in Gruppen arbeiten.

Die Arbeit mit verschiedenen Unternehmenstypen (z.B. Familien-Unternehmen, Größeres Unternehmen, Digitales Unternehmen) soll Verständnis wecken, dass weder alles so bleibt wie es ist, noch dass die ganze Wirtschaft sich digitalisiert. Es soll dafür sensibilisieren, dass verschiedene Unternehmenstypen verschiedene Lösungen brauchen.

Internationale Praktika sind obligatorischer Bestandteil des Programms.

Wo immer möglich soll mit realen Beispielen und realen Praxis- und Lernaufgaben gearbeitet werden. Diese könnten von Partnerunternehmen in Aragon beauftragt werden.