

Modul: Strategisches Management

Semester: 3

Code der Veranstaltung: STM

ECTS-Punkte: 5

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 85

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 5/180

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist entweder ein **Referat** oder eine Klausur, im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an. Bevorzugte Prüfungsart ist das Referat.

Modulverantwortliche/r:

Prof. Dr. Wallau

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Bruse

Zugangsvoraussetzungen:

Marketing, Globalisierung und Internationales Management

Verwendbarkeit des Moduls:

Gestaltungselemente des Business Development Management, Entrepreneurship, Value Chain Management

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden verfügen über grundlegendes Fachwissen, das sie in die Lage versetzt, selbständig Lösungsansätze im Bereich Strategisches Management zu erarbeiten. Sie vermögen eine BDM-Strategie unter Einbeziehung aller relevanten Unternehmensbereiche, unter Berücksichtigung der Komplexität und der internen Gegebenheiten sowie unter Einbeziehung des externen Unternehmensumfeldes entwerfen. Die Studenten können ihr theoretisches Wissen in praktische Fähigkeiten zur Planung, Steuerung und Kontrolle der BM-Projekte auch in neuen und unvertrauten Situationen anwenden. Sie entwickeln ein Verständnis darüber, wie sich die gefundenen Lösungen auf das gesellschaftliche Umfeld auswirken.

Lehr- und Lernmethodik:

Präsenzveranstaltungen, Gelenktes Eigenstudium, individuelles und kooperatives Lernen, Diskussion von Fallstudien, Lösung von Übungsaufgaben, Referat.

Besonderes:

-

Inhalt des Moduls:

1. Grundlagen des Strategischen Management
2. Strategische Zielbildung
3. Strategie entwickeln
 - 3.1 Strategische Analyse und Prognose
 - 3.2 Strategieformulierung und -bewertung
4. Strategie umsetzen
 - 4.1 Strategiewahl
 - 4.2 Strategieimplementierung
 - 4.3 Strategische Steuerung im digitalen Zeitalter
5. Strategische Unternehmensberatung

Grundlegende Literaturhinweise:

Büchler, J.-Ph., Strategie: Entwickeln, umsetzen und optimieren, Pearson Studium 2018

Welge M.K., Al-Laham, A. und M. Eulerich, Strategisches Management: Grundlagen - Prozess – Implementierung, Gabler, 7., überarb. u. erw. Aufl. Wiesbaden 2017

Ergänzende Literaturempfehlungen:

Bamberger, I. und Th. Wrona (Hrg.), Strategisch Unternehmensberatung: Konzeptionen - Prozesse - Methoden, Gabler, 6., akt. u. erw. Aufl. Wiesbaden 2012

Macharzina, K. und J. Wolf, Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen; Konzepte - Methoden – Praxis, Gabler, 10., vollst. überarb. u. erw. Aufl. Wiesbaden 2018