

1 **Grundlagenmodul: Sozialwissenschaftliche Grundlagen der Managementtheorie**
(Basic Obligatory Modul G: Basic Social Scientific Knowledge of Management Theory)

1.1 **Strategisches Management**

Datenfeld	Erklärung			
Code				
Name	Strategisches Management (Strategic Management)			
Semester lt. Studienablaufplan	1. Semester			
Dauer	1 Semester			
ECTS-Punkte (Leistungspunkte)	5			
Gesamtworkload (in Zeitstunden/h)	150 h			
<i>Präsenzzeit in SWS/Art der LV</i>	4 SWS	2 V	2 S/Ü	
	45 h	22,5 h	22,5 h	
<i>Anteil Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen</i>	45			
<i>Anteil Prüfung inkl. Prüfungsvorbereitung</i>	30			
<i>Anteil sonstiges Selbststudium</i>	30			
Lehr- und Lernformen	Vermittlung von Fachwissen in Vorlesungen. Das erworbene Wissen wird in Übungen vertieft und angewendet, vorrangig in Form von Fallstudien. Ein Teil der Lehrinhalte ist anhand der Literatur im Selbststudium zu erarbeiten und wird in den Übungen exemplarisch vertieft. Lösungsvorschläge zu den Fallstudien werden gemeinsam mit den Studierenden entwickelt und diskutiert.			
Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten)			
Bewertung	Differenziert			
Lerngebiet				
Niveaustufe/Kategorie	Master			
Lerninhalt	Grundlagen des strategischen Managements Unternehmensverfassung Sustainable Management Der strategische Managementprozess Das Konzept der Unternehmensstrategie Unternehmens- und Geschäftsfeldstrategie Internationalisierung der Strategien Umwelt- und Ressourcenanalyse Strategische Pläne und ihre Umsetzung Strategische Kontrolle Wettbewerbsvorteile Wertkettenanalyse Kostenvorteile / Differenzierungsvorteile Multi-Business Strategies Aktuelle Fragestellungen in Theorie und Praxis Fallstudien zu den einzelnen Themenbereichen			
Lernergebnis/Kompetenzen 1. Fachkompetenzen (subject-related competences):	1. Fachkompetenzen: Die Ausbildung soll zum einen die zentralen theoretischen und konzeptionellen Grundlagen vermitteln, die zum Verständnis der strategischen Aufgaben des Managements und seiner Bedingungen notwendig sind. Dabei ist auf die systematischen Möglichkeiten und Grenzen einer strategischen Planung und Kontrolle besonderes Gewicht zu legen. Neben der ökonomischen soll auch die gesellschaftliche und ökologische Verantwortung globaler Unternehmensführung betrachtet werden,			

2. Fachunabhängige Kompetenzen (generic competences)	<p>wodurch umfassende Grundlagen einer integrierten Unternehmensführung vermittelt werden.</p> <p>Zum anderen soll ein methodisches Instrumentarium vermittelt werden, das dazu befähigt, die Aufgaben des strategischen Managements in der Praxis zu lösen. Die Studierenden sollen damit insbesondere anhand von Fallstudien mit den wichtigsten Problemen, Instrumenten und Ansätzen zur Lösung strategischer Probleme vertraut gemacht werden. Dabei soll ein fundiertes Verständnis für das Verhältnis von Theorie bzw. Konzepten und Praxis im Rahmen des strategischen Managements entwickelt werden.</p> <p>2. Fachunabhängige Kompetenzen: Analytisches Denkvermögen zur Förderung der allgemeinen Problemlösungsfähigkeit; Fähigkeit konkrete Problemstellungen in konzeptionelle Kategorien und Modelle zu überführen; Strategisches Denken; Verantwortungsbewusstsein; Zusammenhang von Theorie und Praxis; Selbststudium; Präsentations- und Diskussionsfähigkeit; Lesekompetenz Englisch; Sprach- und Lesekompetenz Deutsch</p>
Notwendige Voraussetzung für die Teilnahme	Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und Managementlehre Sprachkenntnisse in Deutsch (Fließend) und Englisch (Grundkenntnisse)
Empfohlene Voraussetzung für die Teilnahme	Grundkenntnisse im betriebswirtschaftlichen Rechnungswesen
Status	Pflichtmodul / Pflichtbereich G
Module, die im Austausch für dieses Modul anerkannt werden	Keine
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Hinweise	
Literatur	<p>Bea, F.X. / Haas, J.: Strategisches Management, 4. Aufl., Stuttgart 2005 (UTB).</p> <p>Grant, R.: Contemporary Strategy Analysis, 6th ed., Blackwell Publishers 2007.</p> <p>Grant, R.: Cases to Contemporary Strategy Analysis, 6th ed., Blackwell Publishers 2007.</p> <p>Hahn, D. / Taylor, B. (Hrsg.): Strategische Unternehmensplanung – Strategische Unternehmensführung. Stand und Entwicklungstendenzen, 9. überarbeitete Auflage, Berlin / Heidelberg 2006.</p> <p>Hax, A / Majluf, N.: Strategic Management, Englewood Cliffs 1984.</p> <p>Hitt, M.A. / Freeman, R.E. / Harrison, J.S. (Eds.): The Blackwell Handbook of Strategic Management, 2005.</p> <p>Mintzberg, H.: The Rise & Fall of Strategic Planning: Reconceiving Roles for Planning, Plans, Planners, Free Press 1994.</p> <p>Mintzberg, H. / Ahlstrand, B. / Lampel, J.: Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management: A Guided Tour Through The Wilds Of Strategic Management, Free Press 2005.</p> <p>Porter, M.: Wettbewerbsstrategie, Frankfurt a. M. 1983.</p>

	<p>Porter, M.: Wettbewerbsvorteile, Frankfurt a.M. 1986.</p> <p>Schreyögg, G.: Unternehmensstrategie. Grundfragen einer Theorie strategischer Unternehmensführung, Berlin/New York 1984.</p> <p>Simon, H. / von der Gathen, A.: Das große Handbuch der Strategieinstrumente. Alle Werkzeuge für eine erfolgreiche Unternehmensführung, Frankfurt/M. 2002.</p> <p>Steinmann, H. / Gerum, E.: Reform der Unternehmensverfassung: Methodische und ökonomische Grundüberlegungen, Köln 1978.</p> <p>Steinmann, H. / Schreyögg, G.: Management. Grundlagen der Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden 2005, S. 161 ff.</p>
Verantwortlich für den Inhalt:	Dr. Robert Kamiński
Bei Änderung des Moduls Info an:	Studiengangsleiter „Business Ethics und CSR-Management“
Letzte Änderung:	10.08.2011
Zugehörige Studienordnung:	Studienordnung vom 10.10.2011