

2020.FS

Modulbezeichnung: Advanced Strategic Management	
Modulkürzel	w.BA.XX.2ASM.XX
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden erarbeiten und kommunizieren fallstudienbezogen Lösungsansätze zu zentralen Themenschwerpunkten der normativen und strategischen Unternehmensführung. Dazu erschliessen sie mit englischsprachigen Artikeln Konzepte, Frameworks und Instrumente aus dem aktuellen wissenschaftlichen und praktischen Diskurs, analysieren deren Aussage- und Anwendungsstärke und nutzen sie für die Aufarbeitung einer englischsprachigen Fallstudie. Ihre so erarbeiteten Erkenntnisse und eigenen Positionen präsentieren die Studierenden und leiten eine Diskussion dazu mit der ganzen Klasse - Präsentation und Diskussion findet in Deutsch statt. Die Themenschwerpunkte im Semester sind: <ul style="list-style-type: none"> • Corporate Governance • Corporate Social Responsibility • Innovation • Wettbewerbsvorteile • Diversifikation • Business Ecosystems • Wertmanagement und Wachstum • Strategieprozess
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Betriebsökonomie - General Management
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009, Anhang zur Studienordnung für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht erstmals beschlossen am 12.05.2009
Modulkategorie	Modultyp: Pflichtmodul
	Studienabschnitt: Hauptstudium
ECTS	6
Verantwortliche OE	W Zentrum Unternehmensentwicklung Ltg.
Modulverantwortung	Kerstin Pichel (piet)
Modulverantwortung Stellvertretung	Stefan Schuppisser (sste)
Spezifische Vorkenntnisse	Strategie (w.BA.XX.2Strat.XX)
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> § Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation Sozialkompetenz § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> § erklären vertiefende Modelle aus englisch-sprachigen Fachartikeln Themen des Strategischen Managements § können Fachartikel prägnant zusammen fassen § setzen relevante Kernargumente von Fachartikeln miteinander in Beziehung und leiten weitergehende Fragen an Wissenschaft und Praxis daraus ab § wählen relevante Informationen von umfassenden Fallstudien für eine Fragestellung aus § setzen Informationen aus der Fallstudie und den Fachartikeln miteinander in Beziehung und leiten weitergehende Fragen für Wissenschaft und Praxis daraus ab § erarbeiten und präsentieren eigenständige, logisch hergeleitete Argumente für den Nutzen eines Fachartikels § erarbeiten eigenständige, logisch hergeleitete Argumente für die Eignung von Unternehmensaktivitäten

	§ präsentieren logische Argumentationsketten illustrativ und motivierend § moderieren Diskussionen zielgerichtet § leiten ein eigenes Fazit aus ihrer Präsentation und der geführten Diskussion ab § koordinieren umfangreiche und vieldimensionale Arbeitsaufgaben in ihrer Kleingruppe zielführend § greifen das Feedback zu Ihren Präsentationen auf und nutzen es für die zweite Präsentation § präsentieren und diskutieren ihre Zusammenfassungen und Erkenntnisse zu den Fachartikeln spontan.		
Inhalte des Moduls	§ Englisch sprachige Fallstudien und Fachartikel zu Schwerpunkten des Strategischen Managements werden analysiert, miteinander in Beziehung gebracht und weitergehende Diskussionsaspekte abgeleitet: § Corporate Governance § Corporate Social Responsibility § Innovation § Wettbewerbsvorteile § Diversifikation § Business Ecosystems § Value & Growth § Strategieprozesse		
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgendem Modul auf: w.BA.XX.2Strat.XX		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Lehrgespräch § Fallstudien § Übungen § Literaturstudium § Präsentation § Diskussion	Eingesetzte Sozialformen: § Einzelarbeit § Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	§ Reader § Lehrvideos § Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen) § Fallstudien (inkl. Lösungen)		
Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium
	Grossklasse	56 h	-
	Kleinklasse	-	-
	Gruppenunterricht	-	45 h
	Praktikum	-	-
	Seminar	-	-
	Total	56 h	45 h
			79 h
Leistungsnachweise			
	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)
	-	-	-
	Hilfsmittel	-	-
	Andere	Bewertung	Dauer (Min.)
	Fallstudienbericht mit Präsentation	Note	40
	mündliche Beteiligung	Note	-
	Fallstudienbericht	Note	-
			30,00 %
			40,00 %
			30,00 %
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	80%, bei geringerer Präsenz behält der Dozierende sich spezifische Leistungsnachweise vor		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pflichtliteratur	§ Fallstudien und Fachartikel auf Moodle		
Ergänzende Literatur	§ Grant, R. & Nippa, M. (2006). Strategisches Management - Analyse, Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien. 5. Auflage. München: Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7220-8 § Hungenberg, H. (2014). Strategisches Management in Unternehmen – Ziele, Prozesse, Verfahren. 8. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. ISBN 978-3-658-06681-9. § Müller-Stewens, G. & Lechner, C. (2016). Strategisches Management. 5. Auflage. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel. ISBN 978-3-8274-2386-3 § Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D. & Regné, P. (2015). Strategisches Management - Eine Einführung. 10. Auflage. München: Pearson Deutschland GmbH. ISBN 978-3-8689-4252-1.		
Bemerkungen	-		