

Modulbezeichnung:	Seminar Strategisches Management	
Modulnummer: DLMPRSSM	Semester: --	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modultyp: Pflicht	Regulär angeboten im: WS, SS	
Workload: 150 h	ECTS Punkte: 5	
Zugangsvoraussetzungen: keine	Unterrichtssprache: Deutsch	
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Seminar Strategisches Management (DLMPRSSM01) 	Workload: Selbststudium: 120 h Selbstüberprüfung: - Tutorien: 30 h	
Kurskoordinatoren/Tutoren:: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System	Modulverantwortliche(r): Dr. Moritz Venschott	
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none"> • Master Projektmanagement (DS) • Master General Management • Master Marketingmanagement • Master of Business Administration (90 ECTS) 	Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Seminar: Project Management Associate • Online Projektsimulation • Unternehmensprojekt • Changemanagement und Organisationsentwicklung • Management • Management Consulting 	
Qualifikations- und Lernziele des Moduls:		
<p>Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • verschiedene Ansätze und Vorgehensweisen bei der Durchführung der strategischen Planung von Unternehmen zu analysieren und kritisch zu bewerten. • das Geschäftsfeldportfolio von Unternehmen zu analysieren und im Hinblick auf Synergien bewerten und daraus Schlussfolgerungen für die Weiterentwicklung des Portfolios z. B. durch den Aufbau bestehender oder Aufnahme neuer Geschäftsfelder ziehen. • Konzepte und Methoden zur Entwicklung von Geschäftsfeldstrategien im Kontext von Globalisierung und Digitalisierung anzuwenden. • den Zusammenhang von Geschäftsfeldstrategien und Geschäftsmodellen zu erläutern. Sie können darüber hinaus die Geschäftsmodelle von Unternehmen systematisch analysieren und bewerten. • aktuelle Herausforderungen an das Strategische Management zu identifizieren und diese kritisch zu reflektieren und zu diskutieren. 		
Lehrinhalt des Moduls:		

Das Modul „Seminar Strategisches Management“ beschäftigt sich mit speziellen Aspekten des strategischen Managements. Dabei werden unterschiedliche Konzepte sowie der Umgang mit den wichtigsten Instrumenten des strategischen Managements analysiert, bewertet und kritisch reflektiert.

Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Lehrmethoden:	Siehe Kursbeschreibung	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms: --	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	DLMPRSSM01 Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit (100%)

Kursnummer: DLMPRSSM01	Kursname: Seminar Strategisches Management	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester	Zugangsvoraussetzungen: keine	
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System	Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung	
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Der Kurs „Seminar Strategisches Management“ beschäftigt sich mit speziellen Aspekten des strategischen Managements. Unterschiedliche Konzepte sowie der Umgang mit den wichtigsten Instrumenten des strategischen Managements werden analysiert, bewertet und kritisch reflektiert. Dabei werden insbesondere die Zusammenhänge zwischen Geschäftsfeldstrategien und Geschäftsmodellen erklärt, im Detail erläutert und diskutiert. Die Studierenden erlernen in diesem Kurs selbstständig, ausgewählte Themen des Strategischen Managements zu analysieren und mit bereits bekannten Konzepten zu verknüpfen, sowie diese kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren und die dabei erarbeiteten Ergebnisse zu präsentieren.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Absolvieren des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • verschiedene Ansätze und Vorgehensweisen bei der Durchführung der strategischen Planung von Unternehmen zu analysieren und kritisch zu • das Geschäftsfeldportfolio von Unternehmen zu analysieren und im Hinblick auf Synergien bewerten und daraus Schlussfolgerungen für die Weiterentwicklung des Portfolios z. B. durch den Aufbau bestehender oder Aufnahme neuer Geschäftsfelder • Konzepte und Methoden zur Entwicklung von Geschäftsfeldstrategien im Kontext von Globalisierung und Digitalisierung anzuwenden. • den Zusammenhang von Geschäftsfeldstrategien und Geschäftsmodellen zu erläutern. Sie können darüber hinaus die Geschäftsmodelle von Unternehmen systematisch analysieren und bewerten. • aktuelle Herausforderungen an das Strategische Management zu identifizieren und diese kritisch zu reflektieren und zu diskutieren. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien, und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>Das Seminar behandelt aktuelle Themen des strategischen Managements. Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine Seminararbeit erstellen und die Inhalte der schriftlichen Ausarbeitung präsentieren. Hierbei wird vor dem Hintergrund mannigfaltiger unternehmerischer Ausgangspositionen das Augenmerk auf unterschiedliche Bereiche wie zum Beispiel die mögliche Einbettung des strategischen Planungsprozesses in eine Gesamtunternehmensstrategie gelegt. Daneben werden auch unterschiedliche Ansätze strategischer Geschäftsmodelle vor einem praktischen Unternehmensbackground diskutiert und bewertet oder die Herausforderungen bei der Strategieentwicklung und -implementierung kritisch reflektiert.</p>		

Literatur:

- Becker, W./Wendt-Meyer, S.: Die Rolle des Portfoliomanagements im Rahmen des strategischen Managements in: WiSt - Wirtschaftswissenschaftliches Studium, Seite 581-588, in WiSt, Jahrgang 43 (2014), Heft 11, S. 0340 -1650.
- Bourgeois, L.J.: Strategy Planning Sequence, Darden Business Publishing, Charlottesville (2013)
- Clemson, G.I./Leeds, A.J.: Agile Strategy Execution: Revolutionizing the How!, CreateSpace Independent Publishing Platform, Leeds 2016.
- Devang, A./Kruse, C./ Parker, A., Siren, S.: The next wave of Business Models in Asia. MIT Sloan Management Review, Winter 2017.
- Doleski, O.D.: Integriertes Geschäftsmodell – Anwendung des St. Galler Management Konzepts im Geschäftsmodellkontext, Springer, Wiesbaden 2014.
- Müller-Stevens, G./Lechner: Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, 5. Auflage, Schäffer-Poeschl, Stuttgart 2015.
- Grant, R.M.: Contemporary Strategy Analysis and Cases, 9th Edition, John Wiley & Sons, Chichester 2015.
- Kerth, K./Asum, H./Stich, V.: Die besten Strategietools in der Praxis: Welche Werkzeuge brauche ich wann? Wie wende ich sie an? Wo liegen die Grenzen?, 5. Auflage, Carl Hanser Verlag, München 2015.
- Reisinger, S./Gattringer R./Strehl, F.: Strategisches Management: Grundlagen für Studium und Praxis, Pearson Studium, Hallbergmoos 2013.
- Teti, K/Yanh, M.-J., Bloom, N./Tivkin, J.W./Sadun, R.: The Different Approaches Firms Use to Set Strategy, in: Harvard Business Review, April 2017
- Venzin, M./Rasner, C. Manke, V.: Der Strategieprozess: Praxishandbuch zur Umsetzung im Unternehmen, 2. Auflage, Campus Verlag, Frankfurt 2010.

Prüfungsleistung:

- Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit
- Präsentation (bestanden/nicht bestanden)

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 120
Selbstüberprüfung (in Std.): -
Tutorien (in Std.): 30