

Modulbezeichnung: Strategisches Management		
Modulkürzel	w.BA.XX.3SM-WIN.XX	
ECTS Credits	6	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden verfügen über generalistisches wie auch spezifisches Wissen im Bereich strategisches Management und sind befähigt, die gängigen Instrumente, Methoden und Modelle des strategischen Managements in der betrieblichen Praxis anzuwenden. Sie können strategisch relevante (Unternehmens-)Informationen zusammenstellen, bewerten und interpretieren. Und die Studierenden erwerben die Fähigkeit, Strategieprojekte selbständig zu bearbeiten.	
Verantwortliche OE	Institut für Wirtschaftsinformatik	
Modulverantwortung	Stefan Koruna	
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wirtschaftsinformatik - Vertiefung in Business Information Systems</li> <li>Wirtschaftsinformatik - Vertiefung in Data Science</li> </ul>	
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009	
Modulkategorie	Modultyp Pflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium
Spezifische Vorkenntnisse	Einführung BWL; Einführung in das Wirtschaftsinformatik-Studium; Prozess-Modellierung; Financial Accounting and Management; Wissenschaftliches Schreiben;	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fachkompetenz</li> <li>Methodenkompetenz</li> <li>Sozialkompetenz</li> <li>Selbstkompetenz</li> </ul>	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte wissen &amp; verstehen</li> <li>Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen</li> <li>Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Problemlösung &amp; Kritisches Denken</li> <li>Wissenschaftliche Methoden</li> <li>Arbeitsmethoden, -techniken &amp; -verfahren</li> <li>Nutzung von Informationen</li> <li>Kreativität &amp; Innovation</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Schriftliche Kommunikation</li> <li>Mündliche Kommunikation</li> <li>Kooperation im Team &amp; Umgang mit Konflikten</li> <li>Interkulturalität &amp; Perspektivenübernahme</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Selbstmanagement &amp; Selbstreflexion</li> <li>Ethische &amp; Soziale Verantwortung</li> <li>Lernen &amp; Veränderung</li> </ul>	

# Modulbezeichnung: Strategisches Management

<b>Lernziele des Moduls</b>	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erklären die Funktionsweise der relevanten strategischen Instrumente, Frameworks und Modelle.</li> <li>• verstehen die Bedeutung von Vision, Mission und Zielen für Unternehmen.</li> <li>• verstehen die Funktionsweise von Geschäftsmodellen.</li> <li>• analysieren konkrete strategische Fragestellungen anhand der vermittelten Wissensstruktur.</li> <li>• wenden die relevanten strategischen Instrumente, Frameworks und Modelle im Rahmen von Fallstudien und tatsächlichen strategischen Situationen von Unternehmen an.</li> <li>• analysieren Geschäftsportfolios.</li> <li>• erarbeiten strategische Optionen/Reaktionsmuster in Abhängigkeit spezifischer strategischer Situationen.</li> <li>• analysieren und bewerten unterschiedliche Wachstumsstrategien im spezifischen Kontext.</li> <li>• entwickeln mögliche Lösungsansätze bezüglich konkreter strategischer Fragestellungen.</li> <li>• beurteilen und bewerten strategische Fragestellungen anhand von Kriterien und Instrumenten/Modellen.</li> <li>• wählen die geeigneten Evaluationsinstrumente zur Selektion strategischer Optionen.</li> <li>• erstellen eine wissenschaftlich anspruchsvolle schriftliche Arbeit.</li> <li>• entwickeln die Bereitschaft, sich weiter mit strategischen Problemstellungen auseinander zu setzen.</li> <li>• nehmen verschiedene Sichtweisen zur Beurteilung strategischer Problemstellungen ein.</li> <li>• bearbeiten Selbstlernsequenzen auf Plattform Moodle eigenständig.</li> </ul>	
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vision, Mission, Ziele</li> <li>• Mechanismen/Systeme von Corporate Governance und Ethik und Stakeholder Management</li> <li>• Unternehmensumwelt (Makroumwelt, Branche, Konkurrenten, Märkte)</li> <li>• Nachfrageanalyse und Ableiten von Kritischen Erfolgsfaktoren</li> <li>• Interne Unternehmensanalyse und Stärken und Schwächen (Ressourcen, Wertschöpfungskette; finanzielle Kennzahlen)</li> <li>• SWOT-/TOWS Analyse</li> <li>• Entwicklungs von Differenzierungspotentialen und (Aufbau von) Kernkompetenzen</li> <li>• Corporate Level-Management (Portfolioanalyse, Diversifikation, Parenting, Synergien)</li> <li>• Geschäftsfeld- und Wettbewerbsstrategie</li> <li>• Strategische Unternehmensentwicklung (Richtungen und Methoden)</li> <li>• Analyse und Bewertung von unterschiedlichen Wachstumsstrategien (internes Wachstum, M&amp;A, strategische Allianzen)</li> <li>• Interdependenz von Strategie und Innovation bzw. Strategie und Informationstechnologie</li> <li>• Entwicklung und Veränderung von Geschäftsmodellen</li> <li>• Beurteilung strategischer Optionen</li> <li>• Veränderung von Spielregeln im Wettbewerb</li> <li>• Technologiebasierte Geschäftsmodell-Entwicklung</li> <li>• Fallstudienteil: Problemanalyse und Anwendung von Wissen</li> <li>• Digitale Transformation und Smarte Produkte</li> </ul>	
<b>Verknüpfung zu anderen Modulen</b>	<p>Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:</p>	
<b>Digitale Lernressourcen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reader</li> <li>• Lehrvideos</li> <li>• Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen)</li> <li>• (Multiple-Choice)-Tests</li> </ul>	
<b>Unterrichtsmethoden</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrgespräch</li> <li>• Lehrvortrag</li> <li>• Literaturstudium</li> <li>• Fallstudien</li> <li>• Übungen</li> <li>• Präsentation</li> <li>• Diskussion</li> <li>• Gruppenarbeit</li> </ul>	<p>Eingesetzte Sozialformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Einzelarbeit</li> </ul>

## Modulbezeichnung: Strategisches Management

### Unterrichtsgliederung

	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
Grossklasse	56 h	36 h	
Kleinklasse	-	-	
Gruppenunterricht	-	-	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
<b>Total</b>	<b>56 h</b>	<b>36 h</b>	<b>88 h</b>

### Leistungsnachweise

Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
-			
<b>Hilfsmittel</b>			

Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
MC-Test am Ende des Semesters <i>Am Ende des Semesters; 40 Min Zeit</i>	Note	Einzelarbeit	0	40.00
1 Fallstudie <i>Am Ende des Semesters; mit Computerunterstützung; 20 Min Zeit</i>	Note	Einzelarbeit	0	20.00
1 Schriftliche Arbeit <i>Einzelarbeit; bestehend aus mehreren bewerteten Elementen</i>	Note	Einzelarbeit	0	40.00

### Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium

Andere

Termine für die Präsenzpflicht werden mindestens 1 Monat im Voraus kommuniziert. Berufliche Aktivitäten während der Vorlesungszeiten sind kein Grund für Absenzen.

### Pfichtliteratur

- Stadler, M. & Pichel, K. (2023). Strategisches Management und Digitalisierung. Wiesbaden: Springer. ISBN 978-3-658-41981-3. Kostenloser Download (@ ZHAW) unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-41982-0>.
- Reisinger, S., Gattringer, R. & Strehl, F. (2022). Strategisches Management. Grundlagen für Studium und Praxis. 3. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86894-436-5.

## Modulbezeichnung: Strategisches Management

### Ergänzende Literatur

- Welge, M. & Al-Laham, A. & Eulerich, M. (2024). 8. Auflage. Wiesbaden: Springer. ISBN 978-3-658-43710-7. Das Buch ist via VPN/Standard ZHAW kostenlos zum Download verfügbar..
- Hungenberg, H. (2014). Strategisches Management in Unternehmen – Ziele, Prozesse, Verfahren. 8. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3658066802. Elektronischer Download des Buchs ist innerhalb der ZHAW-Domain (oder via VPN) möglich.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D. & Regnér, P. (2016). Strategisches Management – Eine Einführung. 10. Auflage. München: Pearson. ISBN 978-3868942521. Elektronischer Download des Buchs ist möglich innerhalb der ZHAW-Domain (38 Seiten pro Tag).
- Macharzina, K. & Wolf, J. (2023). Unternehmensführung. 12. Auflage. Wiesbaden: Springer. ISBN 978-3-658-41052-0. Das Buch ist via VPN/Standard ZHAW kostenlos zum Download verfügbar.

### Bemerkungen

- Bedingungen für den Leistungsnachweis "Einzelarbeit": Bei nicht fristgerechtem Einreichen erfolgt der Abzug einer ganzen Note von der Modulendnote.
- Bedingungen für den Leistungsnachweis "Fallstudien": Sanktion bei nicht fristgerechtem Einreichen: Abzug einer ganzen Note von der Modulendnote. Dies betrifft die gesamte Gruppe.
- Beim schriftlichen Einzelnachweis muss der Nachweis des Einsatzes von KI lückenlos dokumentiert werden. Es ist explizit erwünscht, dass GPT und andere KI-basierte Tools eingesetzt werden.