

Modulbezeichnung: Advanced Strategic Management		
Modulkürzel	w.BA.XX.ASM-GM.25HS	
ECTS Credits	6	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
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: • Corporate Governance • Sustainability • Innovation • Wettbewerbsvorteile • Diversifikation • Business Ecosystems • Wertmanagement und Wachstum • Strategieprozesse	
Verantwortliche OE	Institute for Organizational Viability	
Modulverantwortung	Kerstin Pichel	
Modulverantwortung Stellvertretung	Stefan Schuppisser	
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	Strategie (w.BA.XX.StratM.25HS)	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	• Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz	

Modulbezeichnung: Advanced Strategic Management

Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs

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

Die Studierenden...

- erklären vertiefende Modelle aus englisch-sprachigen Fachartikeln des Strategischen Managements.
- können Fachartikel prägnant zusammen fassen.
- setzen relevante Kernargumente von Fachartikeln mit Vorwissen zum strategischen Management und Praxisbeispielen 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 formulieren 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.
- führen 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 Fachartikeln und Fallstudien 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
- Sustainability
- Innovation
- Wettbewerbsvorteile
- Diversifikation
- Methoden der Unternehmensentwicklung
- Value & Growth
- Strategieprozesse

Verknüpfung zu anderen Modulen

Verknüpftes Modul

w.BA.XX.StratM.25HS / Strategic Management

Digitale Lernressourcen

- Reader
- Lehrvideos
- Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen)
- Fallstudien (inkl. Lösungen)

Modulbezeichnung: Advanced Strategic Management

Unterrichtsmethoden

- Lehrgespräch
- Übungen
- Lehrvortrag
- Literaturstudium
- Fallstudien
- Präsentation
- Diskussion

Eingesetzte Sozialformen:

- Gruppenarbeit
- Einzelarbeit

Unterrichtsgliederung

	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
Grossklasse	-	-	
Kleinklasse	-	-	
Gruppenunterricht	28 h	62 h	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
Total	28 h	62 h	90 h

Leistungsnachweise

Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
-			
Hilfsmittel			

	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
Individuelle Artikelanalyse	Note	Einzelarbeit	0	20.00%
Individuelle Beteiligung an Diskussionen	Note	Einzelarbeit	0	30.00%
Fallstudienbericht	Note	Gruppenarbeit	0	25.00%
Fallstudienbericht	Note	Gruppenarbeit	0	25.00%

Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium

80%

Für diese Veranstaltung herrscht 80% Anwesenheitspflicht aufgrund des gewählten didaktischen Konzepts. Abwesenheiten müssen via Mail beim Modulverantwortlichen gemeldet werden. Eine über die 20% hinaus gehende Abwesenheit ist ebenfalls beim Modulverantwortlichen zu melden. Eine vom Modulverantwortlichen festzulegende Ersatzleistung muss erbracht werden und wird als Notenbestandteil angerechnet. Unentschuldigte Absenzen oder eine nicht genügende Erbringung der Ersatzleistung führen zu einem Nichtbestehen des Moduls.

Pfichtliteratur

- 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.
- Whittington, R. & Angwin, D. & Regnér, P. & Scholes, K. & Johnson, G. (2021). Strategisches Management - Eine Einführung. 12 Auflage. München: Pearson Deutschland GmbH. ISBN 978-3-8689-4252-1.
- Müller-Stewens, G. & Lechner, C. & Kreutzer, M. & Stonig, J. (2024). Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen. 6 Auflage. Stuttgart: Schäffer Pöschel. ISBN 978-3-7910-5754-5.

Modulbezeichnung: Advanced Strategic Management

Bemerkungen

Eine Nachbesserung bzw. Nachbearbeitung von Leistungsnachweisen ist nicht möglich.