

Modulbezeichnung: Strategic Management		
Modulkürzel	w.BA.XX.StratM.25HS	
ECTS Credits	6	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Beschreibung des Moduls	<p>Die Studierenden verstehen die Bedeutung des Strategischen Managements für den Unternehmenserfolg und erarbeiten z.T. unter Anleitung und z.T. selbstständig Lösungsansätze für einzelne Gestaltungsbereiche des strategischen Problemlösungsprozesses. Die Studierenden sind in der Lage, mit geeigneten Frameworks und Instrumenten die strategische Ausgangslage eines Unternehmens zu analysieren, alternative Strategien zu entwerfen und zentrale Herausforderungen in Bezug auf die Strategieumsetzung abzuleiten.</p>	
Verantwortliche OE	Institute for Organizational Viability	
Modulverantwortung	Michael Stadler	
Modulverantwortung Stellvertretung	Franz Röösli	
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance • Betriebsökonomie - Vertiefung in Behavioral Design • Betriebsökonomie - Vertiefung in Financial Management • Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management • Betriebsökonomie - Vertiefung in Human Centered Organisation • Betriebsökonomie - Vertiefung in Insurance Management • Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing • Betriebsökonomie - Vertiefung in Politics and Management 	
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 Assessment
Spezifische Vorkenntnisse		
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz 	

Modulbezeichnung: Strategic Management

<p>Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs</p>	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problemlösung & Kritisches Denken • Wissenschaftliche Methoden • Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren • Nutzung von Informationen • Kreativität & Innovation <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Kommunikation • Mündliche Kommunikation • Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten • Interkulturalität & Perspektivenübernahme <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbstmanagement & Selbstreflexion • Ethische & Soziale Verantwortung • Lernen & Veränderung
<p>Lernziele des Moduls</p>	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verstehen: Die Studierenden können die grundlegenden Konzepte, Frameworks und Prozesse des Strategischen Managements erklären und ihre Bedeutung für den Unternehmenserfolg darstellen. • Anwenden: Die Studierenden können Frameworks und Instrumente des Strategischen Managements im Rahmen von Fallbeispielen systematisch und erkenntnisbringend anwenden. • Analysieren: Die Studierenden können die strategische Ausgangslage eines Unternehmens mit geeigneten Instrumenten untersuchen und die relevanten Faktoren der externen und internen Umwelt unterscheiden. • Bewerten: Die Studierenden können strategische Optionen auf Geschäftsfeld- und Unternehmensebene anhand fundierter Kriterien beurteilen und eine begründete Strategieempfehlung ableiten. • Erschaffen: Die Studierenden können für spezifische strategische Herausforderungen in der Strategieumsetzung passende Lösungsansätze entwickeln und deren Implementierung konzipieren. • Präsentieren: Die Studierenden können strategische Analysen und Empfehlungen überzeugend präsentieren und in Diskussionen mit präzisen Fachbegriffen argumentieren. • Synthetisieren: Die Studierenden setzen gezielt Arbeitsmethoden, -techniken und -verfahren des Strategischen Managements ein und nutzen eigene recherchierte Informationen, um substanzielle Aussagen zur Strategie eines Praxisbeispiels zu machen.
<p>Inhalte des Moduls</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung ins Strategische Management • Externe und interne Analyse • SWOT • Geschäftsbereichs-Strategie • Unternehmens-Strategie • Strategieumsetzung
<p>Verknüpfung zu anderen Modulen</p>	<p>Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:</p>
<p>Digitale Lernressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reader • Lehrvideos • Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen) • Fallstudien (inkl. Lösungen) • (Multiple-Choice)-Tests
<p>Unterrichtsmethoden</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fallstudien • Übungen • Anwendungsaufgaben • Lehrgespräch
	<p>Eingesetzte Sozialformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit • Partnerarbeit • Einzelarbeit

Modulbezeichnung: Strategic Management

Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
	Grossklasse	-	-	
	Kleinklasse	28 h	62 h	
	Gruppenunterricht	-	-	
	Praktikum	-	-	
	Seminar	-	-	
	Total	28 h	62 h	90 h
Leistungsnachweise	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Schriftliche Prüfung	closed book	60	60.00
	Hilfsmittel	spez. Taschenrechner gem. Merkblatt "Hilfsmittel"	Mit Diktionär	
	Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)
	Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	20
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Keine			
Pflichtliteratur	<ul style="list-style-type: none"> Whittington, R. & Regnér, P. & Angwin, D. & Johnson, G. & Scholes, K. (2021). Strategisches Management. 12. Auflage. Pearson. ISBN 978-3-86894-421-1. 			
Ergänzende Literatur				
Bemerkungen				