

Gültig ab 2025.HS

Modulbezeichnung: Trends in Strategic Management	
Modulkürzel	w.MA.XX.TSM.23HS
ECTS Credits	6
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
Beschreibung des Moduls	Wie kann ein Unternehmen Potenziale der Digitalisierung nutzen, um langfristig erfolgreich zu sein? Wie kann eine Organisation in einem Business Ecosystem agieren, um Wertschöpfung zu generieren? Zu diesen und weiteren aktuellen Fragestellungen und Themen im Strategischen Management erwerben Studierende ein fundiertes Verständnis. Sie lernen Ansätze kennen, wie Strategie im Kontext beispielsweise von Digitalisierung, Business Ecosystems, Coopetition, agilen Strategieprozessen und Open Strategy konzeptionell gestaltet werden kann. Anhand fundierter Konzepte und Praxisbeispiele werden dazu Fragestellungen aus Führungssicht reflektiert.
Verantwortliche OE	Institute for Organizational Viability
Modulverantwortung	Michael Stadler
Studiengang und Vertiefungsrichtung	• Business Administration - Vertiefung in Unternehmensentwicklung
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Unternehmensentwicklung) erstmals beschlossen am 09.11.2021
Modulkategorie	Modultyp Pflichtmodul
Spezifische Vorkenntnisse	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	• Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz
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

Modulbezeichnung: Trends in Strategic Management

Lernziele des Moduls	Die Studierenden... • beschreiben klassische Strategie-Konzepte im Kontext der Digitalisierung. • wenden klassische Strategie-Konzepte im Kontext der Digitalisierung an. • beschreiben und reflektieren Veränderungen von strategischen Fragestellungen, die durch die Digitalisierung hervorgerufen werden. • beschreiben und reflektieren grundlegende Aspekte wie konzeptionelle Grundlagen, Relevanz, Treiber, Wirkungen, Formen und praktische Anwendungen von Open Strategy. • beschreiben und reflektieren grundlegende Aspekte wie konzeptionelle Grundlagen, Relevanz, Treiber, Wirkungen, Formen und praktische Anwendungen von agilen Strategieprozessen. • beschreiben und reflektieren grundlegende Aspekte wie konzeptionelle Grundlagen, Relevanz, Treiber, Wirkungen, Formen und praktische Anwendungen von Coopetition. • beschreiben und reflektieren grundlegende Aspekte wie konzeptionelle Grundlagen, Relevanz, Treiber, Wirkungen, Formen und praktische Anwendungen von Business Ecosystems. • ordnen die Inhalte des Moduls in die Entwicklungsphasen des Strategischen Managements ein. • beschreiben und reflektieren Veränderungen bei den Akteuren im Kontext von Strategie. • werten Informationen aus 10 Jahresberichten eines Unternehmens in Bezug auf strategische Themen aus und konsolidieren ihre Erkenntnisse in einer Präsentation.
-----------------------------	---

Inhalte des Moduls	• Strategie im Kontext der Digitalisierung • Open Strategy • Agile Strategieprozesse • Coopetition • Business Ecosystems • Veränderungen strategischer Themen über 10 Jahre (Auswertung von Jahresberichten)
---------------------------	---

Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:
---------------------------------------	--

Digitale Lernressourcen	• Reader • Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen) • Fallstudien (inkl. Lösungen)
--------------------------------	---

Unterrichtsmethoden	• Fallstudien • Lehrvortrag • Literaturstudium • Forschendes Lernen • Lehrgespräch • Anwendungsaufgaben • Übungen	Eingesetzte Sozialformen: • Einzelarbeit • Partnerarbeit
----------------------------	---	--

Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
	Vorlesung	56 h	-	
	Übung	-	-	
	Projektarbeit	-	-	
	Seminar	-	-	
	Total	56 h	0 h	124 h

Leistungsnachweise					
	Modulendprüfung		Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Schriftliche Prüfung		closed book	60	100.00
	Hilfsmittel		kein Taschenrechner	Mit Diktionär	
	Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Referat/mündliche Präsentation	Pass/Fail	Partnerarbeit	15	0.00

Modulbezeichnung: Trends in Strategic Management

Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Keine
Pflichtliteratur	• Gemäss Vorlesungsunterlagen • Stadler, M. & Pichel, K. (2023). Quick Guide Strategisches Management und Digitalisierung. 1st Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-41981-3.
Ergänzende Literatur	• Müller-Stewens, G. (2019). Die neuen Strategen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-4381-4. • Gupta, S. (2018). Driving Digital Strategy. Boston: Harvard Business Review Press. ISBN 978-1-63369-268-8. • Oberholzer-Gee, F. (2021). Better, simpler strategy. Boston: Harvard Business Review Press. ISBN 1-63369-970-6.
Bemerkungen	Die Bewertung «Fail» beim Leistungsnachweis "Referat/mündliche Präsentation" führt dazu, dass die Gesamtnote des Moduls um eine Note reduziert wird.