

STRAT - Strategisches Management

STRAT - Strategic Management

| Allgemeine Informationen | |
|--|--|
| Modulkürzel oder Nummer | STRAT |
| Eindeutige Bezeichnung | StratMgmtA-01-BA-M |
| Modulverantwortlich(e) | Prof. Dr. Dressler, Matthias (matthias.dressler@haw-kiel.de) |
| Lehrperson(en) | Prof. Dr. Dressler, Matthias (matthias.dressler@haw-kiel.de) |
| Wird angeboten zum | Wintersemester 2026/27 |
| Moduldauer | 1 Fachsemester |
| Angebotsfrequenz | Regelmäßig |
| Angebotsturnus | In der Regel jedes Semester |
| Lehrsprache | Deutsch |
| Empfohlen für internationale Studierende | Ja |
| Ist als Wahlmodul auch für andere Studiengänge freigegeben (ggf. Interdisziplinäres Modulangebot - IDL) | Nein |

| Studiengänge und Art des Moduls (gemäß Prüfungsordnung) |
|--|
| Studiengang: B.A. - BWL BA - Betriebswirtschaftslehre Modulart: Pflichtmodul Fachsemester: 2 |

| Kompetenzen / Lernergebnisse |
|---|
| <i>Kompetenzbereiche: Wissen und Verstehen; Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen; Kommunikation und Kooperation; Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität.</i> |
| Absolvent*innen verstehen verschiedene Konzepte des Begriffs Strategie und verschiedene Theorien und Konzepte des strategischen Management. Absolvent*innen können verschiedene Ebenen von Markt-, Umwelt- und Unternehmensanalysen wiedergeben. |
| Absolvent*innen können Ergebnisse von Markt-, Umwelt- und Unternehmensanalysen zusammenführen und praktische Bezüge herstellen. Sie können für praktische Fragestellungen (möglichst: „real cases“) unter Anwendung fachwissenschaftlicher Methoden und der Grundregeln wissenschaftlichen Arbeitens begründete Vorschläge erarbeiten - für eine eigene strategische Analyse - für eine eigene Strategieformulierung und Implementierung, können relevante praktische Fragen formulieren und dazu wissenschaftliche Methoden begründet auswählen, diese ggf. anwenden (Recherche) und zentrale Erkenntnisse zielgruppenspezifisch zur Veröffentlichung aufbereiten (z.B. Bericht, Portfolio, Präsentation). Sie können ihren Lern- und Arbeitsprozess reflektieren und daraus Schlussfolgerungen für ihre Handlungsweisen ziehen. |
| Absolvent*innen können in Unterrichtsbeiträgen, Vorträgen und Präsentationen komplexe fachbezogene Probleme des strategischen Management erläutern, theoretisch und methodisch fundierte Argumentationen für eigene Lösungsvorschläge aufbauen sowie hochschulöffentlich und vor Laien vorstellen und argumentativ vertreten. |

Absolvent*innen reflektieren eigenes fachbezogenes Handeln und eigene Kompetenzen mit theoretischem und methodischem Wissen auf der Grundlage von Rahmendaten und ausgewählten Konzepten des strategischen Management. Sie können Aufgabenstellungen selbstständig bearbeiten. reflektieren die eigene professionelle strategische Identität als (künftige) Manager*innen, in der sie zielgerichtet unter organisationalen Bedingungen Visionen und Mission sowie strategische Ziele formulieren können.

Angaben zum Inhalt

Lehrinhalte

A. Grundlagen Lernziele

- Der Begriff Strategie
- Der Begriff Management und Strategisches Management
- Der multiple Strategiebegriff
- Professionalisierung des strategischen Denkens im Zeitverlauf
- Ausgewählte Sichtweisen auf das strategische Management + Ausgewählte Modelle

B. Analyse Lernziele Markt- und Umweltanalyse

- PESTEL
- Branchen-/Wettbewerbsanalyse
- Kundenanalyse, Unternehmensanalyse (=Ressourcenanalyse)
- Kernkompetenzen
- Wertschöpfungskettenanalyse
- Organisationskultur
- Strukturanalyse
- Fits zwischen Kultur, Struktur und situativen Parametern
- Strategische Frühaufklärung
- Zusammenführung der Analysen (Portfolio-Analyse)

C. Strategieformulierung

- Lernziele
- Grundsätze
- Strategische Optionen
- Unternehmensstrategien
- Geschäftsbereichsstrategien
- Funktionalstrategien
- Strategische Entscheidungen (Einflussfaktoren)

D. Implementierung und Wandel

E. Evaluierung

#strategie #management #managementsystem #stakeholder
 #shareholder #positionierung #strategieformulierung
 #strategieentwicklungsprozess #skaleneffekte #economiesofscope
 #coopetition #erfolgspotenziale #erfahrungskurveneffekt #portfolio
 #swotanalyse #pestelanalyse #marktsegmentierung #buyingcenter
 #abellansatz #Diffusionsmodell #vrioanalyse #marktsegmentierung
 #komparativerwettbewerbsvorteil #pfadabhängigkeit #gapanalyse
 #generischestrategien #unternehmenstrategie #funktionalstrategie
 #5wettberberbskräftemodell
 #wertschöpfungskettenanalyse #arbeitsteilung #model-t #kernkompetenz
 #organigramm #zentralisierung #berichtskette #stabsabteilung
 #matrixorganisation #heterarchie #kontingenzfaktorenzentralisierungsgrad
 #mechanistisch #organisch #organisatorischerwandel #strukturanalyse
 #führungsspannen #unternehmenskultur #offenegesellschaft
 #geschlossenegesellschaft #strategischerwandel #wandelmodell
 #transformation #wandelwürfel
 #organisationaleentwicklungprozestheorien #strategieimplementierung
 #widerstände #8stufenmodell #lernendeorganisation
 #produktlebenszyklus #pinguinprinzip #strategieevaluation
 #upperechelonansatz #fitanalysen #parentingstrategien #zstrategie #diversifikationstypen
 #goldenerkreis #vision #mission #leitbild

| | |
|------------------|---|
| Literatur | Hartmut Kreikebaum et al. (Strategisches Management), letzte Auflage Hans H. Hinterhuber (Strategisches Unternehmensführung I.), letzte Auflage Peter Ulrich, Edgar Fluri (Management), 1995 Remer, Andreas (Grundlagen der Organisation), 2007 Sabine Reisinger et al. (Strategisches Management), letzte Auflage Jan-Philipp Büchler (Strategie), 2014 Digitaler Semesterapparat (aktuelle Auswahl von wissenschaftlichen Artikeln in Moodle) |
|------------------|---|

| Lehrformen der Lehrveranstaltungen | |
|---|------------|
| Lehrform | SWS |
| Lehrvortrag + Übung | 4 |

| Arbeitsaufwand | |
|------------------------|----------------------|
| Anzahl der SWS | 4 SWS |
| Leistungspunkte | 5,00 Leistungspunkte |
| Präsenzzeit | 48 Stunden |
| Selbststudium | 102 Stunden |

| Modulprüfungsleistung | |
|--|---|
| Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung gemäß PO | Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen Grundlagen Marketing und Strategisches Management |
| STRAT - Portfolioprfung | Prüfungsform: Portfolioprfung Gewichtung: 100% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: Nein Benotet: Ja |

| Sonstiges | |
|-----------------------------------|---|
| Empfohlene Voraussetzungen | Intensive Nutzung LMS. Lesen des Semesterapparates mit ausgewählten Artikeln. Mobiles Schreibgerät (Laptop oder Tablet) mit W-Lan-Verbindung! |