

Modulbeschreibung

Geschäftsstrategie

Allgemeine Informationen

Anzahl ECTS-Credits

3

Modulkürzel

TSM_BusStrat

Version

30. August 2009

Modulverantwortliche/r

Rolf Jufer, BFH

Sprache

	Lausanne	Bern	Zürich
Unterricht	<input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E
Unterlagen	<input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E
Prüfung	<input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E

Modulkategorie

- Erweiterte theoretische Grundlagen
- Technisch-wissenschaftliche Vertiefung
- Kontextmodule

Lektionen

- 2 Vorlesungslektionen und 1 Übungslektion pro Woche
- 2 Vorlesungslektionen pro Woche

Kurzbeschreibung /Absicht und Inhalt des Moduls in einigen Sätzen erklären

Dieses Modul stützt sich auf eine dynamische Perspektive der wettbewerbsorientierten Umfeldler und Unternehmen sowie der Zukunftssicherung der Branche und der Wirtschaftlichkeit. Berücksichtigt wird dabei eine integrierte Betrachtung der internen und externen treibenden Kräfte, die einen Wettbewerbsvorteil bewirken, sowie die enge Verbindung zwischen der Formulierung und Implementierung von Strategien. Fallstudien dienen den Studierenden zur Illustration der wechselseitigen Abhängigkeit zwischen der Formulierung und Implementierung einer Strategie.

Ziele, Inhalt und Methoden

Lernziele, zu erwerbende Kompetenzen

Die Studierenden...

- kennen die strategischen Planungs- und Implementierungsprozesse
 - sind sich der Bedeutung einer effektiven Vision und Mission bewusst
 - sind in der Lage, die innere und äussere Unternehmensumwelt zu analysieren
 - wissen, wie Geschäfts-, Unternehmens- und internationale Strategien entwickelt werden
 - sind sich der Bedeutung von Allianzen und Kooperationen sowie Koopetitionen bewusst
 - kennen die entscheidenden Aspekte bei der Implementierung von Strategien (BCG, McKinsey, ADL)
- sind sich der Bedeutung von Neuerungen und Governance-Aspekten in einem dynamischen Umfeld bewusst

Modulinhalt mit Gewichtung der Lehrinhalte

Woche	Thema
1	Einführung ins strategische Management
2	Strategische Führung durch effektive Vision und Mission
3	Untersuchung der innere Unternehmensumwelt: Ressourcen, Potentiale und Aktivitäten
4	Untersuchung der äusseren Unternehmensumwelt: Makroumfeld und Industriedynamik
5	
6	Entwicklung von Business-Strategien
7	Erarbeiten einer Business-Strategie für ein dynamisches Umfeld
8	Entwicklung einer Unternehmensstrategie
9	Betrachtung internationaler Strategien

10	Verstehen von Allianzen und Kooperationsstrategien
11	Betrachtung von Fusionen und Übernahmen
12	Anwendung von Mitteln zur Strategieimplementierung
13	Berücksichtigung von New Ventures und Corporate Renewal
14	Corporate Governance im 21. Jahrhundert

Lehr- und Lernmethoden

- Vorlesungen
- Gruppenarbeit, Präsentation und Diskussion von Fallstudien
- Selbststudium anhand der Unterlagen und Analyse der Business-Fallstudien

Voraussetzungen, Vorkenntnisse, Eingangskompetenzen

Solide Kenntnisse in Business Administration, Englischkenntnisse: First Certificate oder höher

Bibliografie

Carpenter, M. and Sanders, W.: Strategic Management, 2006, ISBN 0-13-145353-X

Leistungsbewertung**Zulassungsbedingungen für die Modulschlussprüfung (Testatbedingungen)**

Erfolgreiche Teilnahme an den Fallstudien

Schriftliche Modulschlussprüfung

Prüfungsdauer : 120 Minuten
Erlaubte Hilfsmittel: Open book