

Strategische Unternehmensführung – Management im Spannungsfeld von Märkten und Ressourcen

Strategische Unternehmensführung vollzieht sich in einem ständigen Diskurs zwischen externen Marktbedingungen und internen Potenzialen, zwischen Markt- und Ressourcenorientierung. Das Modul widmet sich diesem Diskurs anhand von Leitfragen. Es macht dabei mit den theoretischen Grundlagen der strategischen Unternehmensführung vertraut, systematisiert die relevanten Handlungsfelder und reflektiert die dazugehörigen Methoden und Instrumente. Die wissenschaftlichen Grundlagen werden in den Präsenzveranstaltungen an praktischen Fällen und an einer Unternehmenssimulation erprobt sowie an den Vorerfahrungen der Studierenden gespiegelt. Übergreifendes Ziel ist es, dass die Studierenden am Ende dieses Moduls ihre Fähigkeit zum strategischen Denken und Handeln erweitert haben und sich ermutigt sehen, diese in ihre Arbeitsprozesse und Arbeitsumgebung einfließen zu lassen.

In den Coachings werden die theoretischen Grundlagen der strategischen Unternehmensführung erarbeitet und mittels Methoden und Instrumenten der Analyse, Entwicklung und Bewertung strategischer Handlungsoptionen unterlegt. Begleitend sollen die erarbeiteten Themenfelder im interaktiven Szenarioverlauf einer online-basierten Business Simulation zur kompetitiven Anwendung gebracht werden. Die Simulation bietet auch den Kontext für die Praxiswoche. Im Rahmen der Praxiswoche werden die Ergebnisverläufe der einzelnen Spielperioden analysiert und gegenüber Fragestellungen der Geschäftsmodellwahl, Strukturen, Prozesse und Methoden diskutiert.

Aufbau	Themen	Inhalte
Orientierung	<p>Erarbeitung von theoretischen Grundlagen</p> <p>Rahmen zur Entwicklung von Geschäftsmodellen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen: Ansätze der ressourcen- und marktorientierten Unternehmensführung • Strategisches Management zwischen Planungs- und Prozessperspektiven • Prinzipien der Unternehmenssteuerung: marktliche versus etatistische Ansätze
Gecoachtes Selbststudium	<p>Identifizierung strategischer Optionen</p> <p>Methoden und Instrumente der strategischen Unternehmens- und Umfeldanalyse</p> <p>Methoden und Instrumente der Entwicklung, Bewertung und Priorisierung von strategischen Optionen</p> <p>Realisierung strategischer Optionen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Unternehmensanalyse (insb. Umfeldanalyse und Kernkompetenzanalyse) • Von der Analyse strategischer Optionen zur Erarbeitung grundsätzlicher Lösungsrichtungen • Ansätze zur Bewertung strategischer Optionen (u.a. Portfolio-techniken, Scoring-Verfahren) • Realisierung strategischer Vorhaben (Überwindung von Barrieren, kooperative Strategien etc.) • Auswirkungen und Evaluation strategischer Entscheidungen in einer Management Simulation
Praxiswoche	<p>Praktische Anwendung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Überführen der erarbeiteten und am Praxisfall reflektierten Konzepte, Methoden und Instrumente in einen spezifischen Lösungsansatz der strategischen Unternehmensführung für den Anwendungsfall in einer kompetitiven Business Simulation