

<b>Modul- bezeichnung</b>	<b>Strategisches Management</b>		
Kürzel	M-SM		
Studiensemester	1.		
Angebotshäufigkeit	jährlich		
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Eiselt		
Dozent(in)	Prof. Dr. Andreas Eiselt		
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul – strategisches Management		
Moduldauer	1 Semester		
Sprache	deutsch		
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit begleitender Übung. In der Vorlesung werden die Inhalte durch Vortrag und Präsentationen vom Dozenten vermittelt. In den Übungsteilen erfolgt in Einzel- oder Gruppenarbeit die selbständige Anwendung der Vorlesungsinhalte auf konkrete Aufgabenstellungen und Fallstudien. Ergänzt wird die Vorlesung ggf. auch durch Vorträge von Experten aus der Praxis.		
SWS	4		
Arbeitsaufwand		Theoriephase	Praxisphase
	Präsenz	44 h	
	Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung und Prüfung	63 h	28 h
	Gesamt	135 h	
Kreditpunkte	5		
Empfohlene Voraussetzungen	Kenntnisse im Bereich der Kostenrechnung, des externen Rechnungswesens und operativen Controllings.		
Verwendbarkeit des Moduls	Masterstudiengang Management in mittelständischen Unternehmen		
Lernziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensstrategien für den Mittelstand zu beurteilen und zu entwickeln,</li> <li>• ausgewählte Instrumente des Strategischen Managements praxisnah und softwaregestützt einzusetzen,</li> <li>• strategische Unternehmenspläne und -instrumente kritisch zu würdigen und</li> <li>• mittelständische Unternehmen zukunftsorientiert auszurichten und damit deren Existenz langfristig zu sichern</li> </ul>		
Inhalt	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Einführung</li> <li>2. Grundlagen des strategischen Management</li> <li>3. Vision und Mission</li> <li>4. Segmentierung von mittelständischen Unternehmen</li> <li>5. Instrumente zur strategischen Analyse</li> <li>6. Instrumente zur Strategiebestimmung</li> <li>7. Instrumente zur Strategieimplementierung (Balanced Scorecard)</li> </ol>		

	8. Kennzahlen und Kennzahlensysteme 9. Wertorientierte Unternehmensführung (Shareholder Value Ansatz) 10. System Dynamics als Methode zum Aufbau von Management Cockpits 11. Corporate Governance im Mittelstand
Prüfungsleistung	Klausur (K2)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/110
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baum, H.-G./Coenenberg, A. G./Günther, T.: Strategisches Controlling, 5. Aufl., 2013.</li> <li>• Bea, F. X./Haas, J.: Strategisches Management, 6. Aufl., 2012.</li> <li>• Ewert, R./Wagenhofer, A.: Interne Unternehmensrechnung, 7. Aufl., 2008.</li> <li>• Hamann, G.: Strategisches Management für KMU: Unternehmenswachstum durch (r)evolutionäre Unternehmensführung, 2013.</li> <li>• Horváth, P.: Controlling, 12. Aufl., 2011.</li> <li>• Kaplan, R. S./Norton, D. P.: Balanced Scorecard - Strategien erfolgreich umsetzen, 1997.</li> <li>• Küpper, H.-U.: Controlling. Konzeption, Aufgaben, Instrumente, 6. Aufl., 2013.</li> <li>• Lachnit, L./Müller, S.: Unternehmenscontrolling, 2006.</li> <li>• Porter, M. E.: Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors, 2004.</li> <li>• Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 14. Aufl., 2014.</li> </ul>