



STRATEGISCHES MANAGEMENT

KURSÜBERBLICK UND LITERATURVERZEICHNIS

PROF. TORSTEN OLIVER SALGE, PH.D.
PROF. DR. DAVID ANTONS

School of Business and Economics

TIME Research Area | Institut für Technologie und Innovationsmanagement (**TIM**)

Kontakt: strategischesmanagement@time.rwth-aachen.de

SOMMERSEMESTER 2021

1 KURSÜBERSICHT

Veranstaltungsname:	Strategisches Management (ID: 81.00034)
Studiengänge:	Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen (alle Fachrichtungen) Erasmus-Studierende Freiwillige Teilnahme (kontaktieren Sie uns gerne per E-Mail)
Dozent:	Prof. Torsten Oliver Salge, Ph.D. Prof. Dr. David Antons
Kontakt:	Strategisches Management-Team strategischesmanagement@time.rwth-aachen.de
Ort und Zeit:	Videokonferenz (Zoom; der Link wird über Moodle geteilt)
Inhaltliche Beschreibung:	<p>Diese Veranstaltung bietet Studierenden eine forschungsorientierte Einführung in den Prozess, Inhalt und Kontext des strategischen Managements.</p> <ol style="list-style-type: none"> Strategieprozess: Ziel ist es, den Strategieprozess von der Festlegung strategischer Ziele, der externen und internen Analyse, bis hin zur Strategieumsetzung und -kontrolle zu untersuchen. Strategieinhalt: Ziel ist es, die Wettbewerbs- und Kooperationsstrategien sowie externe, umweltorientierte und interne, ressourcenorientierte Perspektiven zu untersuchen. Strategiekontext: Ziel ist es, die wichtigen kontextuellen Elemente zu diskutieren, einschließlich die Bedeutung der Ethik für das strategische Management zu erschließen. <p>Die Veranstaltung verfolgt weitestgehend das Flipped-Classroom Modell. Hierbei eignen sich die Studierenden im Vorfeld der Live-Veranstaltungen inhaltliche Grundlagen mit Hilfe von Videovorträgen an. Die so erlernten Inhalte werden anschließend in interaktiven Onlineveranstaltungen vertieft.</p>
Qualifikationsziele:	<p>Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sollten die Studierenden in der Lage sein,</p> <ol style="list-style-type: none"> ausgewählte Theorien des strategischen Managements zu verstehen und kritisch zu diskutieren, Konzepte und Instrumente des strategischen Managements auf Grundlage eines allgemeinen Verständnisses der jeweiligen Stärken und Schwächen gezielt anzuwenden, Fragestellungen aus der Unternehmenspraxis im Bereich des strategischen Managements zu analysieren und adäquate Lösungen zu entwickeln, ein fundiertes Argument zur Unterstützung der eigenen Position zu erarbeiten und zu präsentieren sowie kritisch über die soziale und ethische Dimension des strategischen Managements zu reflektieren.
Literatur:	Siehe weiterführende Literatur unten
Prüfung:	Klausur (100%, benotet, 60min.)

Teilnahmevoraussetzungen:	Bereitschaft, sich auf die vorbereitenden Vorlesungsvideos, Fallstudien und/oder Forschungsarbeiten einzulassen.
Kursgröße:	Unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	10 Stunden Videovorlesungen 140 Stunden Individuelle Vorbereitung
Art der Lehrveranstaltung:	Interaktive Lehrveranstaltung
Sprache:	Bilingual (Deutsch oder Englisch nach Ihrer Präferenz) Ausnahme: Live Sessions werden auf Deutsch abgehalten
Credits:	5

2 ORGANISATORISCHES

Die Veranstaltung umfasst sieben eineinhalbstündige Sitzungen, die jeweils in zwei Teile untergliedert sind. Teil eins besteht aus onlinebasierten Videovorträgen, in denen Fragen zur gemeinsamen Reflexion eingeflochten sind. Die Videoinhalte sind sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache verfügbar. Teil zwei widmet sich der klasseninternen Diskussion der Vorlesungsvideos, die alle Teilnehmer in Vorbereitung auf die Sitzung gesehen/gelesen haben müssen. Hierzu werden erlernte Inhalte in den Kontext eingeordnet und Praxisbeispiele diskutiert, um ein tiefgreifendes Verständnis aufzubauen. Darüber hinaus werden an geeigneten Stellen Gastlektoren von ihren Erfahrungen mit dem jeweiligen Thema berichten. Die interaktive Veranstaltung wird ausschließlich in deutscher Sprache abgehalten.

Vorläufiger Zeitplan für Präsenztermine (jeweils 12:30-14:00)

#	Datum	Thema	Dozent
0	1. Juni	Kick-Off	Prof. Dr. Antons / Univ.-Prof. Salge
1	8. Juni	Strategieprozess	Prof. Dr. Antons / Univ.-Prof. Salge
2	15. Juni	Branchenanalyse	Prof. Dr. Antons / Univ.-Prof. Salge
3	29. Juni	Interne Ressourcen	Prof. Dr. Antons / Univ.-Prof. Salge
4	6. Juli	Positionierung	Prof. Dr. Antons / Univ.-Prof. Salge
5	13. Juli	Kooperationen	Prof. Dr. Antons / Univ.-Prof. Salge
6	20. Juli	Strategiekontext	Prof. Dr. Antons / Univ.-Prof. Salge
7	23. Juli	Klausurvorbereitung & Probeklausur	Prof. Dr. Antons / Univ.-Prof. Salge / Mareen Meyer, M.Sc.
8	28. Juli	Alternativtermin für die Probeklausur	Mareen Meyer, M.Sc.

Die Veranstaltung wird über die E-Learning-Plattform Moodle verwaltet. Hier werden alle Vorlesungsfolien, Videolinks, Fallstudien und Lektüren hinterlegt. Außerdem werden sämtliche organisatorische Informationen (z.B. Vorlesungs- und Prüfungsvorbereitung) über Moodle kommuniziert. Weitere Informationen zu den Gastvorträgen werden frühzeitig über Moodle bekanntgegeben. Alle Vorlesungen, Diskussionen und Vorträge werden in deutscher Sprache gehalten.

3 Weiterführende Literatur

Die weiterführende Literatur umfasst akademische Forschungspapiere zum strategischen Management aus führenden Journals wie *Strategic Management Journal*, *Academy of Management Journal*, *Academy of Management Review*, *Management Science*, *Organization Science*, *Administrative Science Quarterly* und dem *Journal of Management Studies*, sowie aus praxisorientierten Journals wie *Harvard Business Review* oder *California Management Review*.

Alle Forschungspapiere werden auf der E-Learning-Plattform Moodle verfügbar sein. Auf die meisten dieser Artikel können Sie auch selbst über das RWTH-Netz zugreifen. Die angegebene Literatur ist freiwillig und soll Ihnen lediglich als Ausgangspunkt dienen, falls Sie bestimmte Themen vertiefen oder behandelte Kursinhalte wiederholen möchten.

L1: Strategieprozess	Porter, M., 1996. What is strategy? <i>Harvard Business Review</i> , 74(6), 61-78. Mintzberg, H., 1987. Crafting strategy. <i>Harvard Business Review</i> , 65(4), 66-75. Mintzberg, H., 1990. The design school: reconsidering the basic premises of strategic management. <i>Strategic Management Journal</i> , 11(3), 171–195.
L2: Branchenanalyse	Porter, M.E., 1981. The contributions of industrial organization to strategic management. <i>Academy of Management Review</i> , 6(4), 609-620. Porter, M.E., 2008. The five competitive forces that shape strategy. <i>Harvard Business Review</i> , 86(1), 78-93.
L3: Interne Ressourcen	Barney, J.B., 2001. Is the resource-based "view" a useful perspective for strategic management research? Yes. <i>Academy of Management Review</i> , 26(1), .41–56. Barney, J.B., 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. <i>Journal of Management</i> , 17(1), 99-120. Eisenhardt, K.M. & Martin, J.A., 2000. Dynamic capabilities: what are they? <i>Strategic Management Journal</i> , 21(10-11), 1105-1121.
L4: Positionierung	Heracleous, L. & Wirtz, J., 2010. Singapore Airlines' balancing act. <i>Harvard Business Review</i> , 88(7/8), 145-149. Murray, A.I., 1988. A Contingency View of Porter's "Generic Strategies". <i>Academy of Management Review</i> , 13(3), pp.390-400.

L5: Kooperationen	Baum, J.A., Calabrese, T. & Silverman, B.S., 2000. Don't go it alone: Alliance network composition and startups' performance in Canadian biotechnology. <i>Strategic Management Journal</i> , 21(3), 267–294. Dyer, J.H. & Nobeoka, K., 2000. Creating and managing a high-performance knowledge-sharing network: The Toyota case. <i>Strategic Management Journal</i> , 21(3), 345–367.
--------------------------	---

L6: Strategiekontext	Schwab, B., 1996. A note on ethics and strategy: do good ethics always make for good business? <i>Strategic Management Journal</i> , 17(6), 499–500. Devinney, T.M., 2009. Is the socially responsible corporation a myth? The good, the bad, and the ugly of corporate social responsibility. <i>The Academy of Management Perspectives</i> , 23(2), 44–56.
-----------------------------	---

Wichtige Lehrbücher des strategischen Managements zur weiteren Lektüre

De Wit & Meyer (2004), *Strategy: Process, Content, Context – An International Perspective* (3rd ed), South-Western College Publications

Grant & Nippa (2006), *Strategisches Management – Analyse, Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien* (5th ed), Pearson.

Hit, Freeman & Harrison (2001), *The Blackwell Handbook of Strategic Management*, Wiley-Blackwell.

4 PRÜFUNGSMODUS

Die Abschlussprüfung geht zu 100 Prozent in die Abschlussnote der Veranstaltung ein. Die genauen Prüfungstermine werden im Laufe des Semesters bekannt gegeben. Die Bearbeitungsdauer der Prüfung beträgt 60 Minuten. Die Prüfungssprache ist je nach individueller Präferenz entweder Deutsch oder Englisch. Sobald Sie sich für eine Sprache entschieden haben, kann die Sprache während der Klausur jedoch nicht mehr verändert werden. Es handelt sich um eine E-Prüfung über die DYNEXITE-Plattform, welche sowohl aus offenen (bspw. Lückentext) als auch geschlossenen (bspw. Multiple Choice) Aufgaben besteht.

Weitere Details und prüfungsbezogene organisatorische Fragen werden im Laufe des Semesters über Moodle kommuniziert sowie in der Klausurvorbereitungsveranstaltung geklärt.

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit und wünschen Ihnen viel Spaß in der Veranstaltung „Strategisches Management“!