



FRIEDRICH-ALEXANDER  
UNIVERSITÄT  
ERLANGEN-NÜRNBERG

PHILOSOPHISCHE FAKULTÄT  
UND FACHBEREICH THEOLOGIE

Institut für  
Wirtschaftswissenschaft

Cristian R. Loza Adai (M.A.)

Kochstr. 4 (17), 91054 Erlangen  
Tel.: +49 (0)9131/85-23027  
Fax.: +49 (0)9131/85-22060

Stand: 12.9.2016

---

# KURSBESCHREIBUNG

## STRATEGISCHES MANAGEMENT

### VORLESUNG UND ÜBUNG

WINTERSEMESTER 2016/2017

---

#### 1. KONTAKT

**Cristian R. Loza Adai (M.A., M.A.)**

Email: [Cristian.Loza.Adai@fau.de](mailto:Cristian.Loza.Adai@fau.de)

Gebäude/Zimmer: 1.054-1

Telefon: (09131) 85-23027

Sprechzeiten: Freitags 14:00 – 15:00 Uhr

#### 2. ZEIT UND ORT DER VERANSTALTUNG (ERSTE VORLESUNG: 21.10.2016)

##### Vorlesung

- Freitag 11:30 – 13:00 Uhr – Kl. Hörsaal außer am 25.11.2016

##### Übungen

- Donnerstag 12:15 – 13:00 Uhr – KH 1.014 (Erste Übung: 1.11.2016)
- Donnerstag 13:15 – 14:00 Uhr – KH 1.014 (Erste Übung: 1.11.2016)

#### 3. ZIELE UND INHALTE DER VERANSTALTUNG

Ziele dieser Veranstaltung sind:

- (1) Zentrale theoretische Grundlagen über die Aufgaben, Methoden und Grenzen des strategischen Managements zu vermitteln.
- (2) Eine kritische Reflexion von unterschiedlichen Theorien des strategischen Managements und die daraus entwickelten Denkmuster, Instrumente und Handlungskonsequenzen zu realisieren.

- (3) Initiale Überlegungen über alternative Strategien entwickeln, um einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Organisation zu leisten, die sozial und ökologisch negativen Auswirkungen des eigenen Handelns minimieren und gleichzeitig einen positiven Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung leisten.

Im Rahmen der Veranstaltung werden vier Themenkomplexe behandelt:

Im ersten Teil wird **strategisches Management als Teilaufgabe des Managements** betrachtet und Unternehmensführung als strategiebewusstes Management innerhalb der Marktwirtschaft thematisiert.

Im zweiten Teil wird die **strategische Position** analysiert, dabei werden berücksichtigt: (1) der Einfluss des äußeren **Umfelds** auf die Strategie, (2) die **strategischen Fähigkeiten** der Organisation (Ressourcen und Kompetenzen), sowie (3) die Erwartungen und Einflüsse der **Stakeholders**.

Im dritten Teil werden unterschiedliche **Strategische Wahlmöglichkeiten**, (1) auf **Geschäftsbereichsebene**, (2) auf **Gesamtunternehmensebene**, und als (3) **Internationale Strategie** betrachtet. Dazu werden (4) **Innovation und Entrepreneurship** als Bestandteil des strategischen Managements behandelt und (5) die **Methoden** mit denen Organisationen ihre Strategien verfolgen können thematisiert.

Im vierten Teil wird die **Implementierung von Strategien** behandelt. Dabei werden zunächst (1) die **strategischen Entwicklungsprozesse** betrachtet, (2) die **Strukturierung** einer Organisation zur Unterstützung erfolgreicher Leistung analysiert, (3) die unterschiedlichen **Ressource-Strategien** zur Unterstützung der Gesamtstrategie dargestellt, und (4) das **Management von strategischen Wandel** thematisiert.

#### 4. HINWEISE ZUM LERNEN UND ZUR LITERATUR

Strategisches Management findet in der betrieblichen Praxis eine vielfältige Verwendung. Diese Vielfältigkeit ist auch Grund von Komplexität. Und ist auch in wissenschaftlichen Literatur zu erkennen.

##### 4.1. Inhalte und Aufgabe der Vorlesung

Die Inhalte der Vorlesung sind die wichtigen theoretischen Grundlagen zum strategischen Management und einige praktische Beispiele, die die unterschiedlichen Strategien erläutern. Die Vorlesung basiert auf folgendem:

##### Lehrbuch:

Gerry Johnson, Richard Whittington, Kevan Scholes, Duncan Angwin & Patrick Regnér: Strategisches Management: eine Einführung, 10. Auflage. Pearson, 2016.

Bitte beachten Sie, dass auch andere Auflagen des Buches problemlos verwendet werden können.

Für die Klausur sind ausschließlich die Themen relevant, die auch in der Vorlesung und in den Übungen besprochen werden. Das schließt die verwendeten Folien sowie alles Gesagte ein d.h. die Vorlesungsinhalte werden durch die Folien allein nicht abgebildet bzw. der Prüfstoff kann nicht allein anhand der Folien erarbeitet werden.

Die Präsentationen für die Vorlesungen sind über StudOn verfügbar und können von den Studierenden vor der Vorlesung herunter geladen werden. Der Zugang erfolgt über folgenden Link:



Angebote / 1. Phil / 1.9 Sozialwissenschaften und Philosophie / Wirtschaftswissenschaft /  
Veranstaltungen Bachelor und Lehramt / BWL / Strategisches Management

Zum Download der Vorlesungsfolien benötigen Sie folgende Zugangsdaten:

Passwort: **stratman\_ws1617**

## **4.2 Inhalte und Aufgaben der Übungen**

Strategisches Management erfordert die Bewältigung von komplexen Zusammenhängen. Diese Bewältigung von Komplexität resultiert aus einer Vielzahl an Handlungspositionen und Determinanten, die einer erfolgreichen Umsetzung unterschiedlicher Strategien dient. Nicht immer ein Weg, eine Methode oder ein Instrument ist eindeutig besser für die Umsetzung oder für die Evaluation von Strategien. Deswegen sind die Praxis und die Analyse unterschiedlicher Erfahrungen relevant fürs Lernen.

Deswegen dienen der Übung zur Vorlesung strategisches Management zwei Ziele:

- (1) Der selbständigen Vorbereitung auf die Abschlussklausur durch die Bearbeitung ausgewählter Themen des Strategischen Managements.
- (2) Der Praxis Transfer in der Anwendung von Methoden und Instrumenten des Strategischen Managements auf Individualebene.

Um diese Ziele zu erreichen werden Fallstudien, Rollenspiele und andere Methoden ergänzend eingesetzt. Dafür werden der Studierende die dazugehörigen Materialien über StudOn zur Verfügung stehen.

Dazu werden in den Übungen, Klausuraufgaben aus vorangegangenen Semestern behandelt. Darüber hinaus sollen die Übungen Raum für Fragen zum Stoff der Vorlesung sowie zur Abschlussklausur geben.

Die Übungen zur Vorlesung Strategisches Management beginnen in der dritte Semesterwoche (ab dem 1.11.2016)

## **Zielgruppe**

Die Veranstaltung richtet sich an die Studierende des Bachelorstudiengangs Ökonomie. Als Vorkenntnisse werden die Inhalte der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre (BWL I und BWL II) vorausgesetzt.

## **Klausur für alle Teilnehmer/innen**

Die Klausur findet voraussichtlich am 10.02.2017, um 11:30 Uhr statt. Raum TBD.

**Bitte bringen Sie Ihren Personalausweis und den aktuellen Studentenausweis oder die aktuelle Immatrikulationsbescheinigung zu den Klausuren mit!**

## **Literatur**

### **Basisliteratur**

Bitte beachten Sie, dass die hier angegebene Literatur nur zum Einstieg in das Thema bzw. zur ersten Orientierung dient.

Johnson, G.; Whittington, R.; Scholes, K.; Angwin, D. & Regnér, P. (2016):  
Strategisches Management: Eine Einführung. 10. Auflage. München u.a.: Pearson.

### **Weiterführende Literatur**

Bea, F. & Haas, J. (2009): Strategisches Management. 5. Auflage, Stuttgart: Lucius & Lucius.

Dess, G. (2012): Strategic Management: Text and Cases. New York: MacGraw-Hill Higher Education.

Freeman, R.E. (1984): Strategic Management: A Stakeholder Approach. Cambridge: Cambridge University Press.

Grant, R. M. & Nippa, M. (2008): Strategisches Management: Analyse, Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien. München et al.: Pearson Studium.

Hungenberg, H. (2012): Strategisches Management in Unternehmen: Ziele – Prozesse – Verfahren. 7. Auflage, Wiesbaden: Gabler.

Kirsch, W. & van Aaken, D. (2008): Ansatzpunkte zur Weiterentwicklung der Theorie der strategischen Führung, in: Wrona, T. (Hrsg.): Strategische Managementforschung – Aktuelle Entwicklungen und internationale Perspektiven. Wiesbaden: Gabler: 16-39.

Müller-Stewens, G. & Lechner, C. (2011): Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen; der St. Galler General Management Navigator. 4. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

- Ortmann, G. & Sydow, J. (2001): Strukturierungstheorie als Metatheorie des strategischen Managements – Zur losen Integration der Paradigmenvielfalt, in: Ortmann, G. & Sydow, J. (Hrsg.): Strategie und Strukturierung: Strategisches Management von Unternehmen, Netzwerken und Konzernen. Wiesbaden: Gabler: 421-447.
- Seidl, D. (2007): General strategy concepts and the ecology of strategy discourses: A systemic-discursive perspective. *Organization Studies* 28 (2): 197-218.
- Staehele, S. (1999): Management: Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive. 8. Auflage, München: Vahlen.
- Steinmann, H. & Schreyögg, G. (2005): Management: Grundlagen der Unternehmensführung; Konzepte, Funktionen, Fallstudien. 6. Auflage, Wiesbaden: Gabler.
- Ungericht, B. (2012): Strategiebewusstes Management: Konzepte und Instrumente für nachhaltiges Handeln. München u.a.: Pearson.
- Welge, M.K. & Al-Laham, A. (2008): Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung. 5. Auflage, Wiesbaden: Gabler.

Die Literaturliste kann im Laufe der Veranstaltung ergänzt werden!

#### Wichtige Internetlinks:

Homepage des Instituts für Wirtschaftswissenschaft:

- <http://www.economics.phil.uni-erlangen.de>

Bibliothek der Friedrich-Alexander-Universität:

- [www.ub.uni-erlangen.de](http://www.ub.uni-erlangen.de)

Online Recherche für wissenschaftliche Artikel (Elektronische Zeitschriften):

- [rzblx1.uni-regensburg.de/ezeit/](http://rzblx1.uni-regensburg.de/ezeit/)
- [www.ssrn.com](http://www.ssrn.com)

Homepages von studentenorientierten wissenschaftlichen Zeitschriften (Hardcopies sind in der Institutsbibliothek verfügbar):

- wisu: [www.wisu.de](http://www.wisu.de)
- WiSt: <http://vahlen.becksche.de/zneu/vahlen/zeitschriften.asp>