



Ruhr Master School
of Applied Sciences

Dieses Wahlpflichtmodul ist ein Angebot der:

Hochschule Bochum
Bochum University
of Applied Sciences



International Management

Strategic Management

Prof. Dr. Rolf Tappe
rolf.tappe@hs-bochum.de

Hochschule Bochum
Bochum University
of Applied Sciences



Fachhochschule
Dortmund
University of Applied Sciences and Arts



Westfälische
Hochschule
Gelsenkirchen Bocholt Recklinghausen
University of Applied Sciences

STIFTUNG
MERCATOR



| Modul 4: Strategic Management (E) | | | | |
|-----------------------------------|--|---------------------------------------|--|--|
| Workload 180 h | Credits 6 | Studiensemester 2. Semester | Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommer- und Wintersemester | Dauer 1 Semester |
| | | Kontaktzeit 4 SWS / 60 h | Selbststudium 120 h | geplante Gruppengröße 25 Studierende |
| 1 | Lehrveranstaltungen Strategic Management | | | |
| 2 | Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden lernen in diesem Modul Grundzüge und Methoden des strategischen Managements und deren Einsatz im International Management kennen. Sie verstehen, wie diese Methoden bei der Gestaltung von Wachstumsprozessen über Ländergrenzen hinweg eingesetzt werden können. Sie erkennen die Bedeutung von institutionellen Begebenheiten, die bei intendierten Veränderungen von bestehenden Strukturen berücksichtigt werden müssen. <i>Können:</i> Vor dem Hintergrund der sich verändernden Rahmenbedingungen lernen die Studierenden Veränderungsprozesse unter Berücksichtigung der spezifischen Aspekte des International Management zu gestalten; sie können unterschiedliche Strategiemodelle anwenden. | | | |
| 3 | Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Managements • Methoden der strategischen Analyse • Formulierung von (internationalen) Portfolio- und Wettbewerbsstrategien • Moderne Ansätze des strategischen Managements (z.B. Blue Ocean) • Strategiebewertung, -auswahl und -implementierung • Bedeutung der Unternehmenskultur im strategischen Management, speziell im Kontext unterschiedlicher Kulturen | | | |
| 4 | Lehrformen Die Veranstaltungen sind seminaristisch aufgebaut und beinhalten das Bearbeiten von Fallstudien. | | | |
| 5 | Teilnahmevoraussetzungen Keine | | | |
| 6 | Prüfungsformen Klausur (120 Min.) | | | |
| 7 | Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung | | | |
| 8 | Stellenwert der Note für die Endnote $6/30 \cdot 0,3$ | | | |
| 9 | Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Rolf Tappe; Prof. Dr. Jürgen Bock | | | |
| 10 | Pflichtliteratur | | | |

- Wunder, T.: Essentials of Strategic Management. 1. Auflage 2016, Stuttgart

Empfohlene Literatur

- Welge, M.K.: Strategisches Management. Grundlagen - Prozess - Implementierung. 6. Auflage 2012, Wiesbaden.
- Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategien. Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten. 11. Auflage 2008, Frankfurt a.M..

Weitere Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.