



Syllabus der Lehrveranstaltung am CDHK					
Fakultät	Wirtschaftswissenschaften, Sino-German School for Postgraduate Studies (CDHK)				
Veranstaltungstitel	Strategisches Management: Klassische Konzepte und Neuere Denkschulen				
Veranstaltungsform	Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/>	Übung <input checked="" type="checkbox"/>	Seminar <input checked="" type="checkbox"/>	Projekt <input type="checkbox"/>	Andere <input type="checkbox"/>
Veranstaltungszeit	Jahr 2017	SS <input checked="" type="checkbox"/> WS <input type="checkbox"/>			
Verantwortlich	Lehrstuhl Prof. Dr. HAN Zheng		Dozent Prof. Dr. Christoph Mingtao Shi		
Kontaktdaten	E-Mail mingtao.shi@campus.tu-berlin.de Christoph.Shi@bbw-hochschule.de		Tel./Fax. +491712881169 +8613801903634 (im Veranstaltungszeitraum)		
Sprechstunde	nach Vereinbarung				

### 1. Termine (Datum/ Zeit/ Raum)

06.04.2017-11.04.2017

13:00-18:00, 06. April, 07. April, 10. April CDHK 307; 13:00-18:00, 11. April CDHK 306

Prüfung: 14:00-15:30, 27.04.2017 CDHK 303

Siping Campus

### 2. Lernziele

Durch die Teilnahme an der Lehrveranstaltung können die Studierenden die Geschäftstätigkeiten und -felder in einem Unternehmen aus der strategischen Perspektive betrachten und die Bedeutung des Strategischen Managements für nachhaltige Wettbewerbsvorteile eines Unternehmens einschätzen. Mit den vermittelten Managementwerkzeugen und analytischen Modellen sind sie in der Lage, sowohl strategische Informationen zu beschaffen, analysieren und synthetisieren als auch strategische Visionen und Konzepte zu erarbeiten und sie mit operativen Planungen umzusetzen. Sie lernen zudem neuere Denkströmungen des Strategischen Managements kennen, die an der Forschungsfront bereit diskutiert sind, wodurch die Studierenden die Vor- und Nachteile verschiedener Strategieansätze kritisch beurteilen können.

Die Veranstaltung vermittelt ... (in % - Summe = 100)

Fachkompetenz	50	Method. Kompetenz	20	Systemkompetenz	10	Sozialkompetenz	20
---------------	----	-------------------	----	-----------------	----	-----------------	----

### 3. Lehrinhalte

- Einführung: Definition, Charakteristiken und Hierarchien der Unternehmensstrategie
- Klassische Konzepte
  - Externe Analyse: Makroumweltanalyse, Branchenstrukturanalyse
  - Interne Analyse: Produkte & Produktportfolio, Prozesse & Wertschöpfungskette, Unternehmenskultur & Organisationales Wissen, Finanzanalyse & Währungsrisiko
  - Analytische Synthese: SWOT, SPACE
  - Geschäftsfeldstrategiewahl und -entwicklung: generische Formen, organische & externe Entwicklung, Netzwerkentwicklung
  - Geschäftsfeldstrategien im Prozess der Branchenevolution

- Strategien auf Gesamtunternehmensebene mit verschiedenen Geschäftsfeldern
  - Kopplung der Geschäftsfeldstrategie an operative Strategien
  - Neuere Denkschulen (Einführung)
    - Ressourcenbasierter Strategieansatz
    - Spieltheoriebasierter Strategieansatz
- Als Fallstudien werden unter anderem auch chinesische Unternehmen zum Beispiel in den Telekommunikations-, IT- und Automobilindustrien herangezogen.

4. Unterrichtssprache
Deutsch

5. Arbeitsaufwand	
Vorbereitung: Literatur, 20 Stunden	
Unterricht, Prüfung: 20 Stunden	
Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung: 20 Stunden	
ECTS	Zwei (2) bis drei (3) ECTS
<b>Anmerkung:</b>	
ECTS Credit Points (CP) sind ein Maß für den zeitlichen Aufwand, den durchschnittliche Studierende aufwenden müssen um das Lernziel eines Moduls erfolgreich zu erreichen. Der Arbeitsaufwand pro ECTS entspricht 30 Arbeitsstunden. Zu dem zeitlichen Aufwand zählt neben der Kontaktzeit (z.B. Vorlesung, Übung, Praktikum) zusätzlich die Vor- und Nachbereitung, die Bearbeitung von Übungsaufgaben, das Anfertigen von Seminararbeiten, die Prüfungsvorbereitung usw.	

6. Leistungsbewertung
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die bestandene Klausur (90 Minuten/90 Punkte) führt zu zwei ECTS-Punkten;</li> <li>• Ein zusätzlicher ECTS-Punkt kann nach Vereinbarung durch ein Referat erworben werden.</li> </ul>

7. Literaturhinweise, Skripte			
Print-Unterlagen vorhanden?	<input type="checkbox"/>	Erhältlich:	
Digitale Unterlagen vorhanden?	<input checked="" type="checkbox"/>	Erhältlich:	Die Unterlagen werden elektronisch zur Verfügung gestellt.
<b>Pflichtlektüre:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besanko, D; Dranove, D and Shanley, M. (2013) <i>Economics of Strategy, 6nd ed.</i> Hoboken, NJ: John Wiley &amp; Sons.</li> <li>• Campbell, D.; Edgar, D. and Stonehouse, G. (2011) <i>Business Strategy: An Introduction, 3rd ed.</i> Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.</li> <li>• Grant, R. M. (2014) <i>Moderne Strategische Unternehmensführung: Konzepte, Analysen und Techniken.</i> Weinheim: Wiley-VCH Verlag.</li> <li>• Johnson, G.; Scholes, K. and Whittington, R. (2011) <i>Strategisches Management. 9th ed.</i> München: Pearson Studium.</li> <li>• Pearce, J. A. and Robinson, R. B. (2015) <i>Strategic Management: Planning for domestic and global</i></li> </ul>			



*competition, 14th ed.* New York, NY: McGraw-Hill.

#### 8. Sonstiges

Ergänzt und vertieft wird die Lehrveranstaltung durch Diskussionen von praxisnahen Fallstudien und mögliche Referate, die die Studierenden durch Bearbeitung von Fallstudien absolvieren können.