Modulbezeichnung	**Strategisches Management**
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. L. Wessel
Modulart	Pflicht/Wahl ☒ Wahlpflicht ☐
Spezialisierungsbereich	
Dauer des Moduls	1 Semester
Kreditpunkte	6 CP
Arbeitsaufwand	Berechnung des Workloads Präsenz 28 h Vor- und Nachbereitung 70 h Programmierung/Selbstlernstudium 56 h Prüfungsvorbereitung 26 h Summe 180 h
Turnus des Moduls	jährlich (WiSe)
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine ☐ Folgende Formale Voraussetzungen: Keine
Lehr- und Lernformen	Seminar ☒ Vorlesung ☒ Tutorium ☒ Praktikum ☐ Projekt ☐
Lernziele	• Grundlagenwissen: Die Lehrveranstaltung gibt einen Überblick über die wichtigsten Ansätze in der Theorie und der Praxis des strategischen Managements. • Methodenwissen: Studierende lernen, etablierte Theorien auf praxisrelevante Situationen anzuwenden, die Unternehmen im Rahmen der digitalen Transformation erleben. Hierdurch wird denStudierenden ein kritischer Umgang mit existierenden Theorien und Konzepten vermittelt. • Transferwissen: Studierende erlernen, wie sie auf der Basis der Defizite etablierter Theorien neue Forschungsfragen entwerfen können, die es ermöglichen, Theorien des Strategischen Managements im Lichte der Digitalen Transformation zu erweitern.
Lerninhalte	Die Lehrveranstaltung fokussiert auf die grundlegenden Theorien des strategischen Managements und ihre Anwendung auf Fragen der Digitalen Transformation.
Prüfungsformen	Referat, Portfolio oder Hausarbeit
Literatur	• Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K. 2011. Exploring Strategy. Text & Cases. Pearson: Essex. • Bharadwaj, Anandhi and El Sawy, Omar A. and Pavlou, Paul A. andVenkatraman, N. Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights (June 1, 2013). MIS Quarterly (2013), 37 (2), 471-482