

## STRATEGISCHES MANAGEMENT

---

<b>Studienprogramm</b>	BSc
<b>ECTS Punkte</b>	10 ECTS / 250 Stunden (ca. 9 Stunden Vorlesungen, ca. 4 Stunden live Modulsitzungen, ca. 235 Stunden Selbstlernphase)
<b>Abschnitt</b>	3
<b>Level</b>	6 / Bachelorstudium
<b>Module Leader</b>	Mag. Manfred Schmidbauer
<b>Kontakt</b>	studienberatung@kmuakademie.ac.at

### Modulziel

---

Die Entwicklung und Umsetzung von Strategien ist eine zentrale Aufgabe des Managements. Die Strategie ist der „Spielplan“ für das Unternehmen. Sie definiert die Art der Geschäftstätigkeit und wie Unternehmensziele erreicht werden sollen. Dieses Modul liefert den Studierenden einen Überblick über die strategischen Aufgaben und die verschiedenen Ansätze. Es skizziert eine Reihe von Perspektiven auf zentrale Strategiekonzepte, behandelt generische Strategien auf Unternehmens-, Geschäfts- und Funktionsebene und bietet eine Reihe von analytischen Modellen und Konzepten, die bei der Beurteilung von Strategien angewendet werden können.

### Lernziele

---

#### Wissen

Studierende sollen nach Abschluss des Moduls:

1. Strategiekonzepte und -ansätze kritisch diskutieren können
2. aktuelle Modelle zur Beurteilung/Einschätzung der Wettbewerbssituation kritisch beurteilen und umsetzen können
3. gegenwärtige Ansätze zur Potenzialanalyse (Ressourcen, Fähigkeiten) hinsichtlich Schaffung nachhaltiger Wettbewerbsvorteile analysieren können
4. die Bedeutung von wesentlichen strategischen Themen in Bezug auf die Organisation und deren Umfeld veranschaulichen können

#### Fähigkeiten/Fertigkeiten

Nach Abschluss des Moduls sollten Studierende in der Lage sein:

5. Optionen für strategische Entwicklung formulieren und begründen zu können
6. Überzeugende strategische Analysen erstellen zu können und Vorschläge effektiv präsentieren zu können

### Studieninhalte

---

- Definition und Geschichte von Strategie über den Zeitverlauf
- Die Analyse externer Umfeld Faktoren
- Die Analyse interner Ressourcen und Fähigkeiten
- Mission und Vision als Strategieeinflussfaktoren
- Firmenkultur und Werte als Entscheidungsrahmen
- Business-Level-Strategie (Top Down - Bottom Up)
- Strategieauswahl
- Strategiebewertung und Umsetzungsmaßnahmen
- Prinzipien des Change Management Prozesses