

## Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB41	Prof. Dr. Maren Luther	8	03/2023
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

### Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, Grundlagen der Unternehmensführung inkl. Ebenen und Aufgaben des Managements zu diskutieren. Sie kennen die integrative Betrachtung der Managementteilprozesse. Die Studierenden können Grundlagen und Elemente des Normativen Managements erläutern. Die Studierenden verstehen die Ziele, Aufgaben sowie den Prozess des Strategischen Managements. Sie sind in der Lage, Instrumente und Vorgehensweisen der strategischen Analyse, der Strategieentwicklung, der Strategieimplementierung und der strategischen Kontrolle zu analysieren und anzuwenden. Sie sind in der Lage, Geschäftsmodelle, vor allem für digitale Dienste, zu analysieren und zu erarbeiten.

### Lehrinhalte

Grundlagen der Unternehmensführung  
 Normatives Management und Zusammenhang mit Strategischer Unternehmensführung  
 Grundlagen des Strategischen Managements  
 Prozess der strategischen Planung  
 - Strategische Analyse  
 - Strategieentwicklung  
 - Strategieimplementierung  
 - Strategische Kontrolle

Digitale Geschäftsmodelle  
 -Grundlagen zu Geschäftsmodellen und digitalen Geschäftsmodellen  
 -Grundlagen der Digitalwirtschaft  
 -DVC-Framework (Digital Value Creation) und Business Model Canvas als Analyse- und Konzeptionsinstrument

Grundzüge wissenschaftlichen Arbeitens mit dem Schwerpunkt auf qualitativer Methodik

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

### Literatur

Kernliteratur:  
 Reisinger, S./Gattringer, R./Strehl, F.: Strategisches Management, Pearson Studium.  
 Hoffmeister, C.: Digital Business Modelling, Hanser.

Weiterführende Literatur:  
 Bozem, K./Nagl, A.: Digitale Geschäftsmodelle erfolgreich realisieren, Springer Gabler.  
 Eichenberg, T., et al.: Unternehmensführung, De Gruyter Oldenbourg.  
 Gassmann, O./Frankenberger, K./Choudury, M.: Geschäftsmodelle entwickeln, Hanser.  
 Hoffmeister, C./Borcke, Y.: Think new! 25 Erfolgsstrategien im digitalen Business, Hanser.  
 Hungenberg, H./Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Springer Gabler.  
 Jaekel, M.: Die Anatomie digitaler Geschäftsmodelle, Springer Vieweg.  
 Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation, Campus.  
 Whittington, R., et al.: Strategisches Management, Pearson Studium.

In der jeweils aktuellen Auflage.

### Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Strat. U.-Führung und dig. Geschäftsmod.		30
2	Online-Seminar	Strat. U.-Führung und dig. Geschäftsmod.		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Strat. U.-Führung und dig. Geschäftsmod.		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Strat. U.-Führung und dig. Geschäftsmod.		118
5	Selbststudium - Lernreflexion	Strat. U.-Führung und dig. Geschäftsmod.		32

Summe: 200

### Leistungsnachweis

Hausarbeit (100 %, 100 Punkte, 10 Seiten, Themen werden im Laufe der Veranstaltung vergeben)