



## Universität Ulm

Master of Science Wirtschaftswissenschaften (PO 2019)

---

# Corporate Strategy

**Code** 8818470214

---

**ECTS-Punkte** 7

---

**Präsenzzeit** 4

---

**Unterrichtssprache** Deutsch

---

**Dauer** 1

---

**Turnus** jedes Sommersemester

---

**Modulkoordinator** Professor Dr. Kai-Uwe Marten, Institut für Rechnungswesen und  
Wirtschaftsprüfung

---

**Dozent(en)** Dr. Matthias Lohrmann; Institut für Strategische Unternehmensführung und  
Finanzierung

---

**Einordnung in die Studiengänge** M.Sc. Wirtschaftswissenschaften

---

**Vorkenntnisse** Module „Investition und Finanzierung“

---

**Lernziele**

- Studierende sind in der Lage, anhand der entsprechenden Termini und Definitionen über Corporate Strategy zu diskutieren
- Studierende sind befähigt, Unternehmensvisionen, Ziele und Strategien basierend auf Industrie- und Ressourcenanalysen zu entwickeln
- Studierende können gängige Instrumente des Strategiemanagements anwenden
- Studierende sind in der Lage, die Auswirkungen von Corporate Strategy auf relevante Bereiche der Unternehmensleitung, wie das Marketing oder Supply Chain Management, sowie umgekehrt, zu diskutieren

---

**Inhalt** Die Vorlesung deckt die Grundlagen von Corporate Strategy und die Terminologie sowie die zugehörigen strategischen Aspekte ab:

- Corporate Governance, Organisation und Unternehmensführung

- Marketing, Branding und Verkauf
- Supply Chain Management
- Megatrends
- Corporate Social Responsibility
- Innovationsmanagement
- Organisches und erworbenes Wachstum
- Controlling
- Risikomanagement und Management unter Unsicherheit

---

#### Literatur

- Johnson, G./Scholes, K./Whittington, R. (2011): Exploring Corporate Strategy: Text and Cases, 9. Aufl., Essex.
- Grant, R. M. (2015): Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases, 9. Aufl., Chichester.
- Goold, M./Campbell, A./Alexander, M. (1994): Corporatelevel Strategy, NewYork 1994.
- Parsons, C. A./ Titman, S. (2007): Capital Structure and Corporate Strategy, abrufbar im Internet unter URL: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=983553](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=983553) (Stand: 12.03.2020).
- Vaish, P. (2007): Acquisitions Vs. Organic Growth - A Question of CorporateStrategy, abrufbar im Internet unter URL: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=977840](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=977840) (Stand: 12.03.2020).

---

#### Lehr- und Lernformen

Vorlesung und Übung (4 SWS)

---

#### Arbeitsaufwand

Präsenzstudium: 80 h  
Selbststudium: 130 h  
**Summe: 210 h**

---

#### Bewertungsmethode

Die Vergabe von Leistungspunkten setzt das Bestehen einer schriftlichen Prüfung sowie die Bearbeitung und Präsentation einer Fallstudie voraus. Die Bearbeitung und Präsentation der Fallstudien erfolgt in Kleingruppen, die in der Vorlesung eingeteilt werden. Zum Zwecke der Anrechnung von Prüfungsleistungen auf das Wirtschaftsprüfungsexamen darf dieses Modul zusätzlich mündlich erbracht werden (siehe § 1 Abs. 15 FPO).

---

#### Notenbildung

7 LP; die Modulnote ergibt sich aus dem Ergebnis der schriftlichen Prüfung (75%) und der Bewertung der Fallstudienpräsentation (25%) im Verhältnis 3:1.

---

#### Grundlage für

Schwerpunktfach Rechnungswesen und Wirtschaftsprüfung

---