



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 „Internes Rechnungswesen und Investition“ und Modul „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. (2019): Exploring Corporate Strategy: Text and Cases, 12. Aufl., Essex.
- Grant, R. M. (2019): Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases, 10. Aufl., Chichester.
- Goold, M./Campbell, A./Alexander, M. (1994): Corporate level 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 (Stand: 26.02.2021).
- Vaish, P. (2007): Acquisitions Vs. Organic Growth - A Question of Corporate Strategy, abrufbar im Internet unter URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=977840 (Stand: 26.02.2021).

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 § 19 Abs. 11 FSPO).

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, Schwerpunkt Finanzwirtschaft
