



# MARMARA UNIVERSITÄT - Fakultät für Betriebswirtschaftslehre

Betriebswirtschaftslehre (in Deutscher Sprache)

## SYLLABUS

Vorlesungscode	Name der Vorlesung	Vorlesungstyp	Vorlesungsgruppe * für Wahlfächer	Semesterwochenstunden (SWS)		ECTS	Voraussetzungsveranstaltung mindestnote in Buchstaben-format
				T	P		
MGT4010	Strategic Management	Pflichtfach		3	0	5	
Voraussetzung		Mindestnote in Buchstaben-format				Note	
Veranstaltungssprache							
Vortragende/-r							
Lehrinhalt	Der Kurs „Strategisches Management“ wurde entwickelt, um die Vision und Mission einer Organisation zu definieren, die Prinzipien, Techniken und Modelle der internen und externen Umgebungsanalyse zu untersuchen, die Theorie und Praxis der Entwicklung einer effektiven strategischen Führung und der Formulierung und Umsetzung von Strategien zu diskutieren.						
Lernziele der Vorlesung	Ziel des Studiengangs Strategisches Management ist es, die Entscheidungskompetenz der Studierenden in unterschiedlichen Situationen zu entwickeln, indem sie befähigt werden, die Informationen, die sie aus verschiedenen Disziplinen im Bereich des strategischen Managements erhalten haben, anzuwenden und Kenntnisse über die grundlegende strategische Managementkonzepte.						
Empfohlene oder Pflichtliteratur	1.	Bea, F. X., & Haas, J. (2016). Strategisches management (Vol. 8498). utb.					
Lernergebnisse	1.	Kenntnis der grundlegenden Konzepte und Praktiken des Strategieformulierungs-Umsetzungsprozesses in Unternehmen					
	2.	Definieren Sie Schlüsselkonzepte, Prinzipien und Praktiken für die Strategieentwicklung und -umsetzung					
	3.	Kenntnisse der internen Umfeldanalyse und die Fähigkeit, diese anzuwenden					
	4.	Kenntnisse in der Analyse externer Umgebungen und die Fähigkeit, diese anzuwenden					
	5.	Die Fähigkeit, Probleme anhand von Beispielen von Unternehmen auf der ganzen Welt zu erkennen und Lösungen für diese Probleme zu entwickeln					
Geplante Lernaktivitäten und Lehrmethoden							
WOCHE	Datum	Veranstaltungsinhalt					
Woche 1		Was ist strategisches Management?					
Woche 2		Grundbegriffe und Elemente des strategischen Managements					
Woche 3		Analyse der externen Umgebung: Das Fünf-Kräfte-Modell von Porter					
Woche 4		Interne Umgebungsanalyse					
Woche 5		Marktpositionierung und allgemeine Strategien					
Woche 6		Strategie auf Geschäftsebene					
Woche 7		Wachstumsstrategien: Fusionen und Übernahmen					
Woche 8		Zwischenprüfung/-en					
Woche 9		Unternehmensgruppen und Strategie					
Woche 10		Strategie im globalen Umfeld					
Woche 11		Strategische Führung					
Woche 12		Change-Management-Strategien					
Woche 13		Unternehmensführung					
Woche 14		Globale Strategien					
Woche 15		Fallstudie					
Woche 16		Studienwoche					
Woche 17		Finalprüfung					
Aktivitäten und Kriterien		Aktivitäten	Anzahl	Dauer		Gewichtung im (%)	Gewichtung in der Semester Bewertung (%)
		Finalprüfung	1			50	0
		Wiederholungsprüfung	1			50	0
		Semester Bewertung				50	100
		Zwischenprüfung/-en	1			50	100.0
		Quiz					
		Projekt/-e					

		Aufgabe/-n					
		Labor					
		Sonstige					
*** ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand ***							
Bewertungsinstrument	Stunden/Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand		Bewertungsinstrument	Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand	
Theorie	3.0	42.0		Quiz & Vorbereitung	10	10.0	
Praxis	0.0	0.0		Hausaufgaben	5	5.0	
Labor	0.0	0.0		Projekt	5	5.0	
Selbststudium vor der Veranstaltung	2.0	28.0		Forschung und Präsentation	5	5.0	
Selbststudium nach der Veranstaltung				Seminar			
Selbststudium nach der Bewertung				Feldstudie			
Borbereitung für die Klausur & Zwischenprüfung	10	10.0		Werkstatt			
Vorbereitung für die Klausur & Finalprüfung	20	20.0		Sonstige			
SUMME :					60.0	125.0	
Empfohlene ECTS -Punkte (Gesamtstunden / 25) :						5	