

FB IV - Betriebswirtschaftslehre
Management, Organisation, Personal

Prof. Dr. Katrin Muehlfeld
Email: muehlfeld@uni-trier.de

Joanna Barth, M.Ed.
Email: barthj@uni-trier.de

Trier, den 06.04.2021

Strategie und Organisation

Sommersemester 2021

1 Allgemeine Informationen zur Veranstaltung

Zielgruppe:	Bachelor (ab 4. Semester)
Modul:	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre III „Strategie, Organisation und HRM“ (ABWLIII)
Creditpoints:	5 ECTS für das Modul ABWLIII
Kontaktzeit Modul:	[DIGITAL] Vorlesung (2 SWS) + Übung (1 SWS)
Veranstaltungszeitraum:	06.04.2021 – 17.07.2021
Prüfung:	Der Termin und das Format der Prüfung wird im Laufe des Semesters bekannt gegeben.
Inhalte der Prüfung:	Prüfungsrelevant sind alle Kapitel der Vorlesung und der Übung (Folien und Screencasts) sowie die am Ende dieses Dokuments aufgeführte verpflichtende Lektüre (wissenschaftliche Aufsätze aus Zeitschriften und Büchern, etc).

2 Inhalt und Anforderungen

Im Zentrum der Vorlesung stehen Fragen der strategischen Unternehmensführung und Organisationsentwicklung. Die Inhalte der Lehrveranstaltung orientieren sich am Lebenszyklus (Unternehmensgründung, Wachstum, Stagnation und Niedergang) von Unternehmungen unter Verwendung der Differenzierungskriterien: Größe, Eigentum, Organisation und Komplexität. Dabei sollen die Studierenden neben den theoretischen Grundlagen von Entrepreneurship und Unternehmensführung strategische Instrumente der Gründungsplanung (z.B. Businessplan) und der strategischen Unternehmensführung insgesamt kennen, beschreiben und anwenden lernen und diese anhand von Praxisbeispielen reflektieren können. Die Vorlesung wird ergänzt durch eine Übung, in der die zentralen Vorlesungsinhalte vertieft und aus praktischer Sicht beleuchtet werden.

3 Thematische Gliederung der Veranstaltung

1. Die Vorlesungs- und Übungsunterlagen werden in Form von Folien und „Screencasts“ (digitale Aufzeichnungen von Präsentationen mit begleitendem Audiokommentar) über Stud.IP zugänglich gemacht. Die zeitliche Abfolge der Bereitstellung orientiert sich grob an der untenstehenden thematischen Gliederung.
2. Die Begleitmaterialien (Beiträge aus wissenschaftlichen Zeitschriften und Büchern, etc.) werden über Stud.IP zur Verfügung gestellt.
3. In regelmäßigen Abständen wird es Online-Fragestunden („Q&A Sessions“) zu den Lehrmaterialien geben (über Zoom).

Zusätzliches (freiwilliges) Angebot

4. Über das Forum (Stud.IP) können die Studierenden an einem Brainteaser teilnehmen, in dem verschiedene Inhalte der Veranstaltung aus praxisorientierter Sicht diskutiert werden.
5. Zusätzlich besteht die Möglichkeit an einer Business Simulation (Harvard Business Publishing) teilzunehmen.

Details zu den Q&A Sessions, zum Brainteaser sowie zur Business Simulation werden mit den Materialien der ersten Vorlesung auf Stud.IP veröffentlicht und in der ersten **Zoom-Sitzung (Donnerstag, 08.04.2021, 12h15)** bekannt gegeben.

Thematische Schwerpunkte

	Vorlesung		Übung
1	What is strategy?	1	Strategic management tools (1/2)
2a	Strategic management theory (1/2)	2	Strategic management tools (2/2)
2b	Strategic management theory (2/2)	3	Internationalization
3	Strategy in digital markets	4	Economics of strategy
4	Growth and internationalization	5	Corporate governance
5	Innovation		
6	Diversification, divestitures, and M&A		
7	Corporate Social Responsibility (CSR)		
8	Corporate governance		
9	Organizational structure and strategy		
10	Family firms as a special type of organization		

Termine der Präsenzveranstaltungen

	Datum	Thema	Anmerkungen
1	08.04.2021	Einführungsveranstaltung	
2	01.06.2021	Einführung Business Simulation	
3	10.06.2021	Q&A Session	Fragen bitte bis zum 07.06.2021, 13 Uhr per E-Mail an muehlfeld@uni-trier.de und barthj@uni-trier.de
4	22.06.2021	Feedback Business Simulation	
5	15.07.2021	Q&A Session + Prüfungsvorbereitung	Fragen bitte bis zum 12.07.2021, 13 Uhr per E-Mail an muehlfeld@uni-trier.de und barthj@uni-trier.de

4 Begleitmaterialien

Verpflichtende Lektüre (klausurrelevant)

- Kramer, M. R. and Porter, M. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89 (1/2), 62–77.
- Porter, M. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, November-December, 61-78.
- Porter, M. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 79-93.

Vertiefende (freiwillige) Lektüre

- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Barney, J. B. (1995). Looking inside for competitive advantage. *The Academy of Management Executive*, 9(4), 49-61.
- Barney, J. B., Hesterly, W. (2015). *Strategic management and competitive advantage concepts and cases*. Edinburgh: Pearson Education Ltd.
- Brauer, M. (2006). What have we acquired and what should we acquire in divestiture research? A review and research agenda. *Journal of Management*, 32(6), 751-785.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Cennamo, C. (in press). Competing in digital markets: A platform-based perspective. *Academy of Management Perspectives*.
- Chandler, J., Strategy, A. D. (1962). *Structure: chapters in the history of the American industrial enterprise*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology Press.
- Christensen, C. (2013). *The innovator's dilemma. When new technologies cause great firms to fail*. Harvard: HBR Press.
- Christensen, C., Raynor, M., McDonald, R. (2015). What is disruptive innovation? *Harvard Business Review*, 93(12), 44-53.
- Crane, A., Matten, D. (2016). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*. Oxford: Oxford University Press.
- Day, G. S., Fein, A. J., Ruppertsberger, G. (2003). Shakeouts in digital markets: Lessons from B2B exchanges. *California Management Review*, 45(2), 131-150.
- Edelman, B. (2015) How to launch your digital platform: A playbook for strategists, *Harvard Business Review*, 93(4), 21.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1121.
- Gaughan (2015). *Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Chapters 2 and 4.
- Gomez-Mejia, L. R., Cruz, C., Berrone, P., De Castro, J. (2011). The bind that ties: Socioemotional wealth preservation in family firms. *Academy of Management Annals*, 5(1), 653-707.
- Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135.
- Greiner, L.E. (1998). Evolution and revolution as organizations grow. *Harvard Business Review*, May-June, 55-67.
- Hall, D. J., Saias, M. A. (1980). Strategy follows structure! *Strategic Management Journal*, 1(2), 149-163.

- Henkel, J., Block, J. (2013). *Wertaneignung – von Innovation profitieren*. In: C. Weinmann, P. Münch, J. Herren, Schweizer IP-Handbuch, Helbing Lichtenhahn Verlag, pp. 205-215.
- Herrmann, P., Datta, D. K. (2006). CEO experiences: Effects on the choice of FDI entry mode. *Journal of Management Studies*, 43(4), 755-778.
- Jonsson, A., Foss, N. J. (2011). International expansion through flexible replication: Learning from the internationalization experience of IKEA. *Journal of International Business Studies*, 42(9), 1079-1102.
- McAfee, A., Brynjolfsson, E., Davenport, T. H., Patil, D. J., Barton, D. (2012). Big data: the management revolution. *Harvard Business Review*, 90(10), 60-68.
- Mergermarket (2017, 2018). Mergermarket M&A trend report: Q4 2017; Q1 2018. Available at: <http://www.mergermarket.com/>
- Pan, Y., David, K. T. (2000). The hierarchical model of market entry modes. *Journal of International Business Studies*, 31(4), 535-554.
- Prahalad, C. K. Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation, *Harvard Business Review*, May-June, 79-90.
- Peng, Meyer (2011). *International business*. Cengage learning.
- Porter, M. E., Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: the link between corporate social responsibility and competitive advantage. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Porter, M. (1998). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.
- Reitzig, M. (2004). Strategic management of intellectual property. *MIT Sloan Management Review*, 45(3), 35-40.
- Simon, H. (2012). *Hidden Champions-Aufbruch nach Globalia: Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Shy (2001). *The economics of network industries*. Cambridge: University Press.
- Teece, D. J., Pisano, G., Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Teece, D. (1986). Profiting from technological innovation: implications for integration, collaboration, licensing and public policy. *Research Policy*, 15(6), 285-305.
- Tricker, B. (2015). *Corporate governance: Principles, policies, and practices*, 3rd Edition, Oxford: Oxford University Press, Chapters 3-6 and 8.
- Wagner, D., Block, J. H., Miller, D., Schwens, C., Xi, G. (2015). A meta-analysis of the financial performance of family firms: Another attempt. *Journal of Family Business Strategy*, 6(1), 3-13.
- Wernerfeldt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Wunder, T. (2016). *Essentials of strategic management*. Stuttgart: Schaefer Poeschel.
- Van Alstyne, M., Parker, G. Choudary, S. (2016) Pipelines, platforms and the new rules of strategy. *Harvard Business Review*, 94 (4), 54-62.