



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

FAKULTÄT
FÜR BETRIEBSWIRTSCHAFT

UHH · Fakultät BWL · Moorweidenstraße 18 · 20148 Hamburg

Prof. Dr. Michel Clement

Professur für Marketing & Media
Institut für Marketing
Hamburg Business School

Moorweidenstraße 18
3. Stock, Raum 3003
20148 Hamburg

Tel. +49 40 42838-8721
Fax +49 40 42838-8722
michel.clement@uni-hamburg.de
www.imm.uni-hamburg.de

24.09.21

Strategisches Management im Zeitalter digitaler Umbrüche

Gliederung mit Literaturangaben zur
Veranstaltung an der Universität Hamburg

Dr. Gerd Robertz

Wintersemester 2021/22

E-Mail: gerd.robertz@uni-hamburg.de

PL: Pflichtlektüre

CC: Chapter Case

FS: Fallstudie (Gruppenarbeit)

*Hinweis: Die Fallstudien werden von Studierenden-Gruppen erarbeitet und diskutiert.
Die Gruppeneinteilung erfolgt im ersten Veranstaltungstermin.*

Teil I: ANALYSE

1 Grundlagen: Strategie und digitaler Wandel

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management (5. Aufl.)*, S. 2 – 31.
CC: "Tesla's Secret Strategy"

- 1.1 Digitalisierung
- 1.2 Erzielen und Verteidigung von Wettbewerbsvorteilen
- 1.3 Stakeholder-Strategien
- 1.4 Aufbau eines Strategischen Rahmens
- 1.5 Praxisbeispiel: BoD – Digitale Disruption in der Buchbranche

2 Strategische Führung- den Strategieprozess managen

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management (5. Aufl.)*, S. 32 – 71.

CC: "Leadership Crisis at Facebook?"

FS: "Apple: What's next?", S. 471 – 474.

- 2.1 Strategische Führung
- 2.2 Vision, Mission und Werte
- 2.3 Prozess des Strategischen Managements
- 2.4 Strategische Entscheidungen

3 Externe Analyse: Branchenstruktur, Wettbewerbskräfte und Strategische Gruppen

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management (5. Aufl.)*, S. 72 - 115

CC: "Airbnb: Disrupting the Hotel Industry"

FS: "Starbucks CEO Kevin Johnson: I'm not Howard Schultz", S. 475 – 479

- 3.1 PESTEL-Analyse
- 3.2 Branchenstruktur und Firmenstrategie: Five Forces
- 3.3 Eintrittsentscheidungen und Branchendynamik
- 3.4 Performance-Unterschiede innerhalb der Branche: Strategische Gruppen

4 Interne Analyse: Ressourcen, Fähigkeiten und Kernkompetenzen

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management (5. Aufl.)*, S. 116 - 153

CC: "Airbnb: Disrupting the Hotel Industry"

FS: "BlackBerry's Rise and Fall", S. 480 – 481

- 4.1 Von der externen zur internen Analyse
- 4.2 Kernkompetenzen
- 4.3 Ressourcenansatz
- 4.4 Dynamische Fähigkeiten
- 4.5 Wertschöpfungskette und Strategische Aktivitäten

5 Wettbewerbsvorteile, Unternehmensperformance und Geschäftsmodelle

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 154– 189.

CC: "Apple vs. Microsoft"

FS: "Nike's Core Competency: The Risky Business of Creating Heroes", S. 482 – 486

- 5.1 Wettbewerbsvorteile und Unternehmensperformance
- 5.2 Geschäftsmodelle

Teil II: FORMULIERUNG

6 Unternehmensstrategie: Differenzierung, Kostenführerschaft und Blue Oceans

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 190 - 229.

CC: "Jet Blue Airways: En Route to a New Blue Ocean?"

FS: "Business Model Innovation: How Dollar Shave Club Disrupted Gillette", S. 487 - 488.

- 6.1 Business-Level Strategien
- 6.2 Differenzierungsstrategien
- 6.3 Kostenführerschaftsstrategien
- 6.4 Business-Level Strategien und Five Forces
- 6.5 Blue Ocean Strategie

7 Geschäftsstrategie: Innovation, Unternehmertum und Plattformen

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 230-275.

CC: "Netflix: Disrupting the TV Industry"

FS: "How JCPenney sailed into a Red Ocean", S. 489 - 491.

7.1 Innovationsgetriebener Wettbewerb

7.2 Strategisches und soziales Unternehmertum

7.3 Innovation und Branchen-Lebenszyklus

8 Unternehmensstrategie: Vertikale Integration und Diversifizierung

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 276 - 319.

CC: "Amazon's Corporate Strategy"

FS: "Platform Strategy: How PayPal solved the Chicken-or-Egg Problem", S. 492 - 494.

8.1 Unternehmensstrategie

8.2 Grenzen einer Firma

8.3 Vertikale Integration entlang der Branchenwertschöpfungskette

8.4 Unternehmensdiversifikation: Expansion jenseits eines einzelnen Marktes

9 Unternehmensstrategie: Strategische Allianzen, Mergers & Acquisitions

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 320 - 349.

CC: "Little Lyft Gets Big Alliance Partners and Beats Uber in Going Public"

FS: "GE: Corporate Strategy Gone Wrong", S. 495 - 498.

9.1 Wie Firmen Wachstum schaffen

9.2 Strategische Allianzen

9.3 Mergers and Acquisitions

10 Globale Strategie: Weltweiter Wettbewerb

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 350 - 387.

CC: "IKEA, The World's Most Profitable Retailer".

FS: "Disney: Building Billion-Dollar Franchises", S. 499 - 502.

10.1 Was ist Globalisierung?

10.2 Globaler Wettbewerb aus Unternehmenssicht: Warum?

10.3 Globaler Wettbewerb aus Unternehmenssicht: Wo und wie?

10.4 Integration-Responsiveness Modell

10.5 Porter's Diamanten-Modell

Teil III: IMPLEMENTIERUNG

11 Organisationsdesign: Struktur, Kultur und Kontrolle

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 388 - 431.

CC: "A" is for Alphabet and "G" is for Google".

FS: "Hollywood Goes Global", S. 503 - 507.

11.1 Organisationsdesign und Wettbewerbsvorteile

11.2 Strategie und Struktur

11.3 Innovationsfördernde Organisation

11.4 Kultur von Organisationen: Werte, Normen und Artefakte

11.5 Strategische Kontroll- und Belohnungssysteme

12 Corporate Governance und Business-Ethik

PL: Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 432 - 457.

CC: "Theranos: Bad Blood".

FS: "Yahoo: From Internet Darling to Fire Sale", S. 508 - 510.

12.1 Das Shared-Value-Konzept

12.2 Corporate Governance

12.3 Strategie und Unternehmensethik

Je nach Anzahl der Teilnehmenden kann auch noch Fallstudie 12 vorbereitet werden:

FS: "Uber: Ethically Most Challenged Tech Company?", S. 511 – 515.