



FRIEDRICH-ALEXANDER
UNIVERSITÄT
ERLANGEN-NÜRNBERG

FACHBEREICH WIRTSCHAFTS-
WISSENSCHAFTEN

Institut für Management

Lehrstuhl für Unternehmensführung
Prof. Dr. Harald Hungenberg

Lange Gasse 20
90403 Nürnberg
Harald.Hungenberg@fau.de

Corporate Strategy

- Vorlesungsprogramm -

Die Veranstaltung konzentriert sich auf ausgewählte Theorien, Konzepte und Instrumente des strategischen Managements. Strategisches Management betrachtet typischerweise das Unternehmen als Ganzes und zielt darauf ab, seinen langfristigen Erfolg zu sichern. Auf der Ebene einzelner Geschäftsfelder („business strategy“) heißt das vor allem, einen Vorteil gegenüber dem Wettbewerb aufzubauen; auf der Ebene des Gesamtunternehmens („corporate strategy“) geht es um die Frage, wie der Wert der Einzelgeschäfte aus dem Unternehmensverbund heraus gesteigert werden kann. Mit dieser Ebene des strategischen Managements beschäftigt sich die Veranstaltung Corporate Strategy.

Die Veranstaltung gliedert sich in zwei Blöcke, die vier Präsenztermine abdecken:

- Im ersten Block werden die wichtigsten Inhalte von „corporate strategy“ im Überblick vermittelt. Dies erfolgt in den ersten beiden Veranstaltungsterminen.
- Im zweiten Block bearbeiten die Studierenden in Teams eigenständig ein vertiefendes Thema – sie setzen sich mit aktuellen Entwicklungen der Unternehmenspraxis auseinander und versuchen, auftretende Fragestellungen mithilfe aktueller Forschungserkenntnisse zu behandeln. Die Studierenden werden hierbei von einem Betreuer in individuellen Betreuungsterminen unterstützt. Die Ergebnisse der Themenbearbeitung werden an den vier weiteren Veranstaltungsterminen präsentiert und anschließend im Plenum diskutiert.

Die Ergebnisse der Präsentation und der Diskussion sollen anschließend in einer Fallstudie aufgearbeitet werden. Hierbei wird zunächst das behandelte Unternehmen beschrieben, bevor anschließend die relevanten Informationen dargelegt werden, die zur Beantwortung der zentralen Fragestellung benötigt werden. Die gehaltene Präsentation, in verbesserter Form, bildet die Basis für die Referentenhilfe, welche die Fallstudie ergänzt.

Die Präsentation bzw. das Präsentationspapier (50%) und die Hausarbeit in Form einer Fallstudie (50%) ergeben den Leistungsnachweis für die Veranstaltung. Zudem besteht die Möglichkeit durch besonders gute Diskussionsbeiträge eine Notenverbesserung von einer Notensstufe (0,3 bzw. 0,4) zu erlangen.

Für die Veranstaltung ist eine Bewerbung erforderlich. Anmeldeformular sowie Informationen hierzu sind auf unserer Homepage veröffentlicht.

Veranstaltung 1: Vorlesung

19. April

15.00 – 18.15

LG 0.424

Inhalt: Einführung / Veranstaltungsüberblick

Fundamentals of corporate strategy
Portfolio management

Literatur: Hungenberg (2014) S. 373 – 391; 417 – 546
Johnson, Scholes & Whittington (2008) S. 255 – 291

Veranstaltung 2: Vorlesung

26. April

15.00 – 18.15

LG 0.424

Inhalt: Portfolio design
Acquisitions as instruments to execute portfolio changes
Corporate strategy and the capital market

Literatur: Hungenberg (2014) S. 484 – 532
Johnson, Scholes & Whittington (2008) S. 355 – 393

Veranstaltung 3: Präsentationen Team 1,2 & 3

5. Juni

13.15 – 18.15

LG 0.225

Veranstaltung 4: Präsentationen Team 4, 5 & 6

7. Juni

15.00 – 20.00

LG 0.424

Die Vorstellung der Präsentationsthemen sowie die Einteilung der Teams erfolgt in der Veranstaltung am 26. April. Die Präsentationen müssen am **04. Juni** zwischen 9.00 und 11.00 Uhr bei Moritz Hagen abgegeben werden. Die Abgabe erfolgt in elektronischer Form (.pdf und .doc) via Email an moritz.hagen@fau.de. Zusätzlich ist ein ausgedrucktes Exemplar am Lehrstuhl einzureichen (4.233).

Die Betreuungstermine sind individuell mit den Betreuern (Moritz Hagen oder Sebastian Junge) zu vereinbaren.

Die Case Studies müssen am **05. Juli** zwischen 9.00 und 11.00 Uhr bei Moritz Hagen abgegeben werden. Die Abgabe erfolgt in elektronischer Form (.pdf und .doc) via Email an moritz.hagen@fau.de. Zusätzlich ist ein ausgedrucktes Exemplar am Lehrstuhl einzureichen (4.233).