



Fach: Modul Schwerpunktfach „Handel“ (Retailing)
Veranstaltung: Strategie (strategy)

Zuständiger Professor: Dr. Thomas Roeb M.A.

Zielgruppe: Studenten des 5 Semester

Lernumfang: 3 SWS

Lernziele: Einführung in die zentralen Aufgabenfelder des strategischen Managements von Handelsunternehmen

Lerninhalt: Internationalisierung, Standortentwicklung, Entwicklung von neuen Betriebsformen, Gestaltung von Aufbau- und Ablauforganisation

Lernmethode: interaktiver seminaristischer Unterricht, aktuelle Fallbeispiele aus der Fachpresse, Computersimulation

Leistungsnachweis: Klausur

Literaturhinweise: Hansen, Ursula: Handelsmarketing, Marketing, 40. Akt.-Lfg., November 2001, S. 1 – 96

Unterrichtssprache: 50% Englisch

Gep plante Case Studies: H&M: Internationalisierungsstrategie
Toom-SBW: Standortstrategie
Metro-Gruppe: Aufbauorganisation
weitere aktuelle Fallbeispiele aus der Fachpresse