

Gültig für 2023.FS

Modulbezeichnung: Strategic Foresight	
Modulkürzel	w.BA.XX.2SFS.XX
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden kennen die Grundlagen strategischer Trend- und Zukunftsforschung zur Unterstützung von Strategie- und Innovationsprozessen in Unternehmen (Strategic Foresight). Sie erlernen und trainieren die Szenarientechnik und wissen um deren Möglichkeiten und Grenzen für strategische Innovationsarbeit in Unternehmen. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, eigenständig Szenario-Analysen zu gesellschaftlichen, technologischen und ökonomischen Entwicklungen im Unternehmensumfeld durchzuführen, um mit dem gewonnenen Orientierungswissen neue Business Opportunities und Wachstumsstrategien im Rahmen konkreter Business Cases zu entwickeln. Die Arbeit findet am konkreten Beispiel und in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen aus der Region statt.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> § Betriebsökonomie - Vertiefung in Accounting, Controlling, Auditing § Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance § Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (FLEX) § Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (PiE) § Betriebsökonomie - Vertiefung in Behavioral Design § Betriebsökonomie - Vertiefung in Economics and Politics § Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management § Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management (Flex) § Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing § Betriebsökonomie - Vertiefung in Risk and Insurance § Wirtschaftsinformatik
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009
Modulkategorie	Modultyp: Wahlpflichtmodul
	Studienabschnitt: Hauptstudium
ECTS	3
Verantwortliche OE	W Institut für Innovation&Entrepreneurship
Modulverantwortung	Lukas Braunreiter (brnu)
Modulverantwortung Stellvertretung	Yann Blumer (blue)
Spezifische Vorkenntnisse	-
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> § Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> § können Konzept und aktuelle Business Relevanz von Strategic Foresight verstehen und wissen dieses gegenüber anderen betriebswirtschaftlichen Ansätzen strategischer Umfeldanalyse abzugrenzen. § können die theoretischen Grundlagen und konzeptionellen Annahmen einer strategischen Trend- und Zukunftsforschung darlegen.

	§ können aufzeigen, wie Strategic Foresight die strategische Entscheidungsfindung in Unternehmen systematisch und auf kreative Weise unterstützt. § können die wichtigsten Foresight-Methoden sowie deren Einsatzmöglichkeiten und Differenzierungsmerkmale benennen. § können das allgemeine externe Unternehmensumfeld im Rahmen eines bestehenden Business Cases zielgerichtet analysieren. § können ausgehend von Zukunftsbildern strategische Implikationen ableiten und für eine eigene Wachstumsstrategie nutzen. § können eine eigene strategische Szenarien- und Zukunftsstudie überzeugend darlegen und verteidigen. § können einen eigenen Foresight-Prozess initiieren und steuern. § können verschiedene Sichtweisen zur Beurteilung Foresight-relevanter Problemstellungen und Herausforderungen einnehmen.		
Inhalte des Moduls	§ Strategische Zukunftsrelevanz von gesellschaftlichen, technologischen und ökonomischen Trendentwicklungen für Geschäftsmodelle und Innovationsstrategien § Strategische Entscheidungsprozesse, Strategic Thinking und Mentale Modelle § Strategic Foresight: Konzept, Definition, Charakterisierung, Kernfunktionen § Kognitive biases und evidenzbasierte Entscheidungsprozesse § Trendforschung und Trendverständnis (Abgrenzung Hypes, Moden etc.) § Zukunftsforschung und Szenariendenken § Gestaltungsfelder, Ansätze und Ausrichtung von Foresight-Prozessen in der Praxis § Typologie der Foresight-Methoden: Formen qualitativer Trendanalysen, Trend-Scouting, Szenarientechnik, Wild Cards § Foresight-Inhalte: Informationsquellen, -qualität und -ressourcen § Praxis-Fallstudien von Schweizer KMUs bis zur Schweizerischen Post und internationalen Grosskonzernen wie Daimler oder Tui		
Verknüpfung zu anderen Modulen	-		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Lehrgespräch § Fallstudien § Problemorientierter Unterricht	Eingesetzte Sozialformen: Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	§ Reader § Lehrvideos § Fallstudien (inkl. Lösungen)		
Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium
Grossklasse	-	-	
Kleinklasse	28 h	32 h	
Gruppenunterricht	-	-	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
Total	28 h	32 h	
Leistungsnachweise			
Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
-	-	-	-
Hilfsmittel	-		
Andere	Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung
Referat/mündliche Präsentation	Note	15	20,00 %
Schriftliche Arbeit	Note	-	80,00 %
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: Keine		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pfichtliteratur	-		
Ergänzende Literatur	Müller, A. & Müller-Stewens, G. (2009). Strategic Foresight. Trend- und Zukunftsforschung in Unternehmen – Instrumente, Prozesse, Fallstudien. Schäffer-Poeschl. ISBN 978-3791028682.		
Bemerkungen	Neben der Wissensvermittlung durch den Dozenten verfolgt das Modul auch den Ansatz von mentoriertem Action based Learning (projektbasiert). Einzelne Gastreferenten geben zudem Einblicke in ihre Alltagspraxis an der Schnittstelle von Foresight, strategischer Innovation und Marketing.		