



Jetzt mit
eLearning

*besser
lernen*

Strategisches Management

Grundlagen für Studium und Praxis

3., aktualisierte Auflage

Sabine Reisinger
Regina Gattringer
Franz Strehl

Jetzt registrieren & **besser lernen**

Mit Pearson MyLab zu mehr Lernerfolg

Die interaktive eLearning-Plattform Pearson MyLab erweitert unsere Lehrbücher um die digitale Welt. Selbst komplexe Inhalte werden so anschaulicher und leichter verständlich. Über die Theorie hinaus können Sie das Erlernete praktisch anwenden und unmittelbar erleben.

■ **Lernen wo und wann immer Sie wollen**

mit Ihrem persönlichen Lehrbuch als kommentierbaren eText.

■ **Prüfungen effizient vorbereiten**

mit vielzähligen Übungsaufgaben inklusive Lösungshinweisen und sofortigem Feedback.

■ **Komplexe Inhalte leichter verstehen**

dank interaktiver Zusätze wie z.B. Videos, interaktive Grafiken o.ä.

■ **Sie sind Dozent*in**

und möchten Zugang zu exklusiven Materialien für die Lehre bzw. MyLab in Ihrem Kurs einsetzen? Wenden Sie sich bitte an unsere Dozentenberater*innen und fordern Sie ihren persönlichen Zugang an.

<https://www.pearson.de/studium/dozierende/>



Strategisches Management

Inhaltsverzeichnis

Strategisches Management

MyLab-Zugang

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 3. Auflage

Über die Autorinnen und Autoren

MyLab | Strategisches -Management

Kapitel 1: Einleitung

Kapitel 2: 7 Elemente & 7 Perspektiven

2.1 Ein erster Einblick

2.2 7 Elemente (Handlungsfelder)

2.2.1 Strategie

2.2.2 Positionierung

2.2.3 Marketing & Vertrieb

2.2.4 Unternehmenskultur

2.2.5 Struktur

2.2.6 Markt und Umwelt (Stakeholder)

2.2.7 Unternehmen (Kernkompetenzen)

2.3 7 Perspektiven (wissenschaftliche Grundlagen)

2.3.1 Planungsorientierte Perspektive

2.3.2 Positionierungsorientierte Perspektive

2.3.3 Ressourcenorientierte Perspektive

2.3.4 Konfigurationsorientierte Perspektive

2.3.5 Stakeholderorientierte Perspektive

2.3.6 Systemorientierte Perspektive

2.3.7 Aktivitätenorientierte Perspektive

Inhaltsverzeichnis

2.4 Strategieprozesse

- 2.4.1 Idealtypische Strategieprozesse
- 2.4.2 Situationsadäquate Strategieprozesse
- 2.4.3 Strategizing & Open Strategy

2.5 Kritische Betrachtung

- 2.5.1 Nutzen und Einsatzmöglichkeiten
- 2.5.2 Beitrag und Grenzen

Literaturhinweise und Anmerkungen

Kapitel 3: Strategische Analyse

3.1 Markt- und Umweltanalyse

- 3.1.1 Generelle Analyse der Umwelt
- 3.1.2 Analyse der globalen Umwelt
- 3.1.3 Branchenanalyse
 - 3.1.3.1 Branchenstrukturanalyse von Porter
 - 3.1.3.2 Analyse der Branchendynamik
- 3.1.4 Stakeholder-Analyse
- 3.1.5 Konkurrenzanalyse
- 3.1.6 Kundenanalyse
- 3.1.7 Vertriebspartneranalyse

3.2 Unternehmensanalyse

- 3.2.1 Ressourcen, Fähigkeiten und Kernkompetenzen
- 3.2.2 Organisationssystem (Organisationen und ihre Mitglieder)
- 3.2.3 Funktionsanalyse
- 3.2.4 Prozess- und Wertkettenanalyse
- 3.2.5 Unternehmenskulturanalyse
- 3.2.6 Strukturanalyse
- 3.2.7 Kernkompetenzanalyse

3.3 Strategische Frühaufklärung

- 3.3.1 Aufgaben und Ablauf der strategischen Frühaufklärung
- 3.3.2 Szenariomanagement

Inhaltsverzeichnis

3.4 Zusammenführung der Analysen

3.4.1 SWOT-Analyse

3.4.2 Portfolio-Analyse

3.4.2.1 BCG-Portfolio

3.4.2.2 McKinsey-Portfolio

3.4.2.3 Kernkompetenz-Portfolios

3.5 Diskussion

Literaturhinweise und Anmerkungen

Kapitel 4: Strategieformulierung

4.1 Strategische Optionen

4.1.1 Unternehmensstrategien

4.1.1.1 Wachstumsstrategien

4.1.1.2 Stabilisierungsstrategien

4.1.1.3 Desinvestitionsstrategien

4.1.1.4 Wertsteigerung und die Parenting-Strategie

4.1.1.5 Issue-Strategien

4.1.2 Geschäftsbereichsstrategien und Geschäftsmodelle

4.1.2.1 Markt- und Wettbewerbsstrategien

4.1.2.2 Ressourcenstrategien

4.1.2.3 Wertschöpfungsstrategien

4.1.2.4 Kooperations- und Netzwerkstrategien

4.1.2.5 Strategien der Ertragsmechanik

4.1.3 Funktionalstrategien

4.2 Strategische Entscheidung

4.2.1 Unternehmenspolitik und strategische Ziele

4.2.1.1 Unternehmenspolitik

4.2.1.2 Vision

4.2.1.3 Leitbild

4.2.1.4 Strategische Ziele

4.2.2 Methoden zur Auswahl strategischer Optionen

4.2.3 Charakteristika der Entscheider

4.2.4 Einfluss der Stakeholder

Inhaltsverzeichnis

4.2.5Spezifika des Unternehmens

4.3Diskussion

Literaturhinweise und Anmerkungen

Kapitel 5: Strategieimplementierung

5.1Grundlagen

5.1.1Ausmaß der Veränderung bestimmen

5.1.2Aufgaben im Rahmen der Strategieimplementierung

5.2Rahmenbedingungen

5.2.1Strukturen

5.2.2Unternehmenskultur

5.2.3Systeme

5.2.4Führungskräfte

5.3Strategieoperationalisierung

5.3.1Konkretisierung und Präzisierung

5.3.2Aktivitäten- und Maßnahmenplanung

5.3.3Ressourcenzuweisung & Budgetierung

5.3.4Information und Kommunikation

5.3.5Koordination und Monitoring

5.4Strategischer Wandel

5.4.1Analyse des Wandelkontextes

5.4.2Identifikation der Gestaltungsmöglichkeiten

5.4.3Gestaltung des Wandelprozesses

5.4.4Führung und Management des Wandels

5.5Diskussion

Literaturhinweise und Anmerkungen

Kapitel 6: Strategische Evaluierung

6.1Grundsätze und Ziele

6.2Funktionen

6.2.1Planung und Kontrolle

Inhaltsverzeichnis

6.2.2 Information und Steuerung

6.2.3 Motivation

6.2.4 Organisationales und individuelles Lernen

6.3 Kennzahlen

6.3.1 Finanzielle Kennzahlen

6.3.2 Nichtfinanzielle Kennzahlen

6.4 Instrumente

6.4.1 Balanced Scorecard

6.4.2 EFQM-Modell

6.4.3 Wissensbilanz

6.5 Diskussion

Literaturhinweise und Anmerkungen

Literaturverzeichnis

Stichwortverzeichnis

Impressum

Copyright

Daten, Texte, Design und Grafiken dieses eBooks, sowie die eventuell angebotenen eBook-Zusatzdaten sind urheberrechtlich geschützt. Dieses eBook stellen wir lediglich als **persönliche Einzelplatz-Lizenz** zur Verfügung!

Jede andere Verwendung dieses eBooks oder zugehöriger Materialien und Informationen, einschließlich

- der Reproduktion,
- der Weitergabe,
- des Weitervertriebs,
- der Platzierung im Internet, in Intranets, in Extranets,
- der Veränderung,
- des Weiterverkaufs und
- der Veröffentlichung

bedarf der **schriftlichen Genehmigung** des Verlags. Insbesondere ist die Entfernung oder Änderung des vom Verlag vergebenen Passwort- und DRM-Schutzes ausdrücklich untersagt!

Bei Fragen zu diesem Thema wenden Sie sich bitte an: **info@pearson.de**

Zusatzdaten

Möglicherweise liegt dem gedruckten Buch eine CD-ROM mit Zusatzdaten oder ein Zugangscode zu einer eLearning Plattform bei. Die Zurverfügungstellung dieser Daten auf unseren Websites ist eine freiwillige Leistung des Verlags. **Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.** Zugangscodes können Sie darüberhinaus auf unserer Website käuflich erwerben.

Hinweis

Dieses und viele weitere eBooks können Sie rund um die Uhr und legal auf unserer Website herunterladen:

<https://www.pearson-studium.de>