



Linde
international

Linde Verlag
1. Auflage 2011
168 Seiten, geb.
ISBN 978-3-7143-0131-1
€ 30,—

Der Autor:

Kurt Matzler, ist Professor für Strategisches Management an der Universität Innsbruck. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen Co-Creation, Innovativeness, Market Orientation und Strategy.

Julia Müller, ist Assistentin am Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus der Universität Innsbruck. Ihre Forschungsgebiete liegen in den Bereichen Wissens- und Innovationsmanagement.

Todd A. Mooradian, ist Professor für Marketing am College of William and Mary School of Business Administration in Williamsburg, Virginia. Seine Forschung befasst sich mit Marketing-Strategien, Kundenzufriedenheit sowie der Psychologie, Persönlichkeit und Entscheidungsfindung von Konsumenten.

Analyse-Instrumente und strategische Entscheidungshilfen

Matzler / Müller / Mooradian
Strategisches Management
Konzepte und Methoden

Der Strategie-Begriff stammt ursprünglich aus dem militärischen Umfeld und wurde auf die Situation von Unternehmen übertragen. Im wirtschaftlichen Bereich betrifft die Strategie die innerhalb einer bestimmten Zeit einzunehmende Zielposition, die Taktik sowie die zu deren Erreichung notwendigen Mittel. Strategie-Entscheidungen sind ausschlaggebend für den langfristigen Unternehmenserfolg – um diese fundiert treffen zu können, bedarf es geeigneter Analyse-Instrumente und strategischer Entscheidungshilfen. Die Bedeutung des strategischen Managements hat im Gegensatz zum operativen Management in den letzten Jahren zugenommen, Unternehmen versuchen anhaltenden Erfolg durch die Schaffung und Erhaltung von Werten zu generieren, definiert durch die sogenannte „Business Idea“.

Dieses Buch bietet einen kompakten und praxisnahen Überblick über die wichtigsten Strategie-Instrumente, eingebettet in den Prozess des Strategischen Managements. Um die Anwendung dieser Instrumente zu illustrieren, werden aussagekräftige Praxisbeispiele herangezogen, der Inhalt umfasst Strategische Prinzipien, Instrumente zu den zentralen Management-Aufgaben, wie der Strategischen Analyse, Strategische Ziele, Strategieformulierung und Strategieumsetzung und Umsetzungskontrolle.

Kontakt:

Mag. Nina Otto
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: + 43 1 24 630-30
Fax: + 43 1 24630-53
E-Mail: nina.otto@lindeverlag.at

Tel.: +43 1 24 630 – 30
Fax: +43 1 24 630 – 53

presse@lindeverlag.at
www.lindeverlag.at

Scheydgasse 24
1210 Wien

Linde
international