

Theorie der Unternehmung



Begleitbuch zur gleichnamigen
Vorlesung an der Universität Bremen
zusammengestellt von Carolin Decker

Theorie der Unternehmung



Begleitbuch zur gleichnamigen
Vorlesung an der Universität Bremen
zusammengestellt von Carolin Decker

CP Theorie der Unternehmung - PDF

Inhaltsverzeichnis

Theorie der Unternehmung

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

TEIL I Aus Strategisches Management Johnson, Scholes und Whittington

Sitzung 1: Erkenntnisobjekt: Strategie und strategisches Management

1.1 Einführung

1.2 Was ist Strategie?

1.2.1 Die Merkmale strategischer Entscheidungen

Unsere Probleme erkennen

Unsere Probleme lösen

Kontrollfragen

1.2.2 Die Ebenen der Strategie

Nokia

Kingston University London

Kontrollfragen

1.2.3 Die Terminologie der Strategie

1.3 Strategisches Management

1.3.1 Die strategische Position

1.3.2 Strategische Wahlmöglichkeiten

1.3.3 Strategie in Aktion

Sitzung 2: Strategische Planung

11.1 Einführung

11.2 Intendierte Strategieentwicklung

11.2.1 Strategieentwicklung durch strategische Führung: Die Rolle von Vision und Anordnung

11.2.2 Strategische Planungssysteme

Shell

ENI

Kontrollfragen

11.2.3 Von außen aufgezwungene Strategie

11.3 Emergente Strategieentwicklung

11.3.1 Logischer Inkrementalismus

Kontrollfragen

11.3.2 Ressourcenallokationsprozess

Kontrollfragen

11.3.3 Politische Prozesse

Kontrollfragen

11.3.4 Kulturelle Prozesse

11.4 Muster der Strategieentwicklung

Sitzung 3: Der Konflikt zwischen Eigentum und Management

4.1 Einführung

4.2 Corporate Governance¹

Inhaltsverzeichnis

4.2.1 Die Stufen der Corporate Governance

Kontrollfragen

4.2.2 Reformen der Corporate Governance

4.2.3 Verschiedene GovernanceStrukturen

Das ShareholderModell der Unternehmensführung

Das StakeholderModell der Unternehmensführung

GovernanceStrukturen im Wandel

4.2.4 Wie Führungsund Kontrollgremien Strategien beeinflussen

4.2.5 Die Wahl der Unternehmensrechtsformen

4.3 Unternehmensethik und soziale Verantwortung²⁹

4.3.1 Corporate social responsibility Die soziale Verantwortung eines Unternehmens

Kontrollfragen

Sitzung 4: Strategische Entscheidungsträger und Strategieprozesse

15.1 Einführung

15.2 Die Strategen

15.2.1 Top Manager und Geschäftsbereichsleiter

15.2.2 Strategische Planer

Kontrollfragen

15.2.3 Manager der mittleren Führungsebene

15.2.4 Strategieberater

15.2.5 Wer soll an der Strategie beteiligt sein?

Jam Sessions bei IBM

Analyse und Bewertung in Uganda

Kontrollfragen

15.3 Der Strategieprozess

15.3.1 Strategische Analyse

15.3.2 Strategische Themen verkaufen

15.3.3 Strategische Entscheidungsfindung

15.3.4 Die Kommunikation der Strategie

15.4 Strategiemethoden

15.4.1 StrategieWorkshops

Top TeamWorkshop

Workshops mit Managern der mittleren Führungsebene

Beteiligung der gesamten Organisation an der Planung des Wandels

Kontrollfragen

15.4.2 Strategieprojekte

15.4.3 Hypothesentests

1. Definition des Problems/der Frage

2. Entwicklung einer Reihe konkurrierender deskriptiver Hypothesen bezüglich der Ursachen des Problems

3. Überprüfung der ursprünglichen deskriptiven Hypothese

4. Entwicklung einer präskriptiven Hypothese

5. Empfehlungen an den Kunden

Kontrollfragen

15.4.4 Geschäftspläne und strategische Pläne

Kontrollfragen

Literaturempfehlungen

Fallstudie Beispiel Ray Ozzie, Softwarestrategie

Die erste Strategieklausurtagung

Inhaltsverzeichnis

Die zweite Strategieklausurtagung

Die Umsetzung

Kontrollfragen

Sitzung 5: Analyse des Makroumfelds und der Branchenstruktur

2.1 Einführung

2.2 Das Makroumfeld

2.2.1 Die PESTEL Analyse

Kontrollfragen

2.2.2 Der Entwurf von Szenarien

Kontrollfrage

2.3 Branchen und Sektoren

2.3.1 Wettbewerbskräfte das FiveForcesModell

Die Markteintrittsgefahr

Die Gefahr von Substituten

Die Macht der Käufer

Die Macht der Zulieferer

Wettbewerbsrivalität

Neueinsteiger

Substitute

Käufermacht

Zulieferermacht

Wettbewerbsrivalität

Kontrollfragen

Auswirkungen der FiveForcesAnalyse

Wichtige Kernpunkte für den Einsatz des FiveForcesModells

2.3.2 Die Dynamik einer Branchenstruktur

Der Branchenlebenszyklus

Hyperwettbewerb und Wettbewerbszyklen

Kontrollfragen

Komparative Branchenstrukturanalysen

Sitzung 6: Konkurrentenanalyse und strategische Gruppen

2.4 Konkurrenten und Märkte

2.4.1 Strategische Gruppen

Kontrollfrage

2.4.2 Marktsegmente

Sitzung 7: Ressourcen und Fähigkeiten der Unternehmung

3.1 Einführung

3.2 Grundlagen strategischer Fähigkeiten

3.2.1 Ressourcen und Kompetenzen

3.2.2 Schwellenfähigkeiten

3.2.3 Einzigartige Ressourcen und Kernkompetenzen

Kontrollfragen

3.3 Kosteneffizienz

3.4 VRIN: Strategische Fähigkeiten als Basis eines Wettbewerbsvorteils

3.4.1 V-Value: Der Wert strategischer Fähigkeiten

3.4.2 R-Rarity: Seltenheit

3.4.3 Imitability NichtImitierbarkeit

Kultur und Geschichte

Wandel

Inhaltsverzeichnis

3.4.4 NNonsubstitutability NichtSubstituierbarkeit

Kontrollfragen

Sitzung 8: Organisationales Wissen und strategische Fähigkeiten

3.5 Organisationales Wissen14

Kontrollfragen

3.6 Die Diagnose strategischer Fähigkeit

3.6.1 Die Wertkette und das Wertnetzwerk

Wertkette

Kontrollfragen

Das Wertnetzwerk

3.6.2 Aktivitätsübersichten

3.6.3 Benchmarking27

3.6.4 Stärken Schwächenund Chancen RisikenAnalyse29

Kontrollfragen

3.7 Das Management strategischer Fähigkeiten

3.7.1 Beschränkungen beim Management strategischer Fähigkeiten

3.7.2 Die Entwicklung strategischer Fähigkeiten32

3.7.3 Personalmanagement zur Entwicklung von Fähigkeiten

Sitzung 9: Gesamtunternehmensstrategien

7.1 Einführung

7.2 Strategische Ausrichtungen

7.2.1 Marktdurchdringung

Kontrollfragen

7.2.2 Konsolidierung

7.2.3 Produktentwicklung

7.2.4 Marktentwicklung

7.2.5 Diversifikation

7.3 Gründe für eine Diversifikation

7.3.1 Verbundene Diversifikation

7.3.2 Unverbundene Diversifikation

Kontrollfragen

7.3.3 Diversifikation und Erfolg

Sitzung 10: Geschäftsbereichsstrategien

6.1 Einführung

6.2 Die Identifizierung strategischer Geschäftsbereiche

6.3 Die Grundlagen des Wettbewerbsvorteils: Die strategische Uhr

Kontrollfragen

6.3.1 Preisbasierte Strategien (Varianten 1 und 2)

Kontrollfragen

6.3.2 (Umfassende) Differenzierungsstrategien (Variante 4)

6.3.3 Die Hybridstrategie (Variante 3)

6.3.4 Fokussierte Differenzierung oder Nischenstrategie (Variante 5)

6.3.5 Misserfolgsstrategien (Varianten 6, 7 und 8)

6.4 Die Bewahrung eines Wettbewerbsvorteils

6.4.1 Die Bewahrung eines preisbasierten Vorteils

6.4.2 Die Bewahrung eines auf Differenzierung basierenden Vorteils

Inhaltsverzeichnis

Kontrollfragen

6.4.3 Strategisches LockIn

6.4.4 Reaktionen auf eine Wettbewerbsgefahr9

6.5 Wettbewerbsstrategie im Hyperwettbewerb

6.5.1 Die Überwindung des strategischen Wettbewerbsvorteils eines Konkurrenten

6.5.2 Merkmale erfolgreicher Strategien im Hyperwettbewerb

6.6 Wettbewerb und Zusammenarbeit14

Sitzung 11: Internationalisierungsstrategien

8.1 Einführung

8.2 Antriebskräfte der Internationalisierung

Kontrollfragen

8.3 Nationale und internationale Grundlagen für Wettbewerbsvorteile

8.3.1 Der PorterDiamant7

8.3.2 Das internationale Wertnetzwerk

Kontrollfragen

8.4 Internationale Strategien

8.5 Marktselektion und Eintritt

8.5.1 Merkmale des Marktes

Kontrollfragen

8.5.2 Merkmale des Wettbewerbs

8.5.3 Formen des Markteintritts

Kontrollfragen

8.6 Internationalisierung und Erfolg

8.7 Die Positionen in einem internationalen Portfolio

Kontrollfragen

Literaturempfehlungen

Fallstudie Lenovo Computers: East meets west

Einführung

Die Übernahme

Das Management des neuen Riesen

Einige Ergebnisse

Kontrollfragen

TEIL II Aus Strategisches Management Reisinger, Gattringer und Strehl

Sitzung 12: Strategieimplementierung

5.1 Rahmenbedingungen

5.1.1 Strukturen

5.1.2 Unternehmenskultur

5.1.3 Systeme

5.1.4 Führungskräfte

5.2 Strategieoperationalisierung

5.2.1 Konkretisierung und Präzisierung

5.2.2 Aktivitäten und Maßnahmenplanung

5.2.3 Ressourcenzuweisung & Budgetierung

5.2.4 Information und Kommunikation

5.2.5 Koordination und Monitoring

Inhaltsverzeichnis

Sitzung 13: Strategischer Wandel

5.3 Strategischer Wandel

- 5.3.1 Analyse des Wandelkontextes
- 5.3.2 Identifikation der Gestaltungsmöglichkeiten
- 5.3.3 Gestaltung des Wandelprozesses
- 5.3.4 Führung und Management des Wandels

Sitzung 14: Strategische Kontrolle

6.1 Grundsätze und Ziele

6.2 Funktionen

- 6.2.1 Planung und Kontrolle
- 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-Excellence-Modell

Copyright

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 Passwortschutzes 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 bei. Die Zurverfügungstellung dieser Daten auf unseren Websites ist eine freiwillige Leistung des Verlags. **Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.**

Hinweis

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

<http://ebooks.pearson.de>