



Lombriser, Roman/Abplanalp, Peter A.

Strategisches Management

Strategien entwickeln und umsetzen
in einer digital-vernetzten Welt

ISBN 978-3-03909-319-9
8., vollst. überarb. Auflage 2024
622 Seiten
gebunden
CHF 78,00 / EUR 78,00

Zum Buch

Das strategische Management ist entscheidend für den langfristigen Erfolg jeder Geschäftstätigkeit – ob in großen oder kleinen Unternehmen, ob in öffentlichen oder privaten Organisationen. In diesem Standardwerk wird der Prozess des Strategischen Managements ausführlich und Schritt für Schritt vorgestellt und eine fundierte Übersicht über die wesentlichen Konzepte und Instrumente gegeben.

- Visionen entwickeln für die langfristige Ausrichtung des Unternehmens.
- Erfolgspotenziale aufbauen für den entscheidenden Wettbewerbsvorteil.
- Strategien umsetzen mit erfolgreichen Konzepten und Modellen.

Neue Ansätze und neue wissenschaftliche Erkenntnisse werden in das bewährte, klassische Modell integriert. Dazu gehören – um nur einige Themen zu nennen – Shared Value, Digitalisierung und künstliche Intelligenz, Big Data und Advanced Analytics, Customer Journey Analysis, Agilität und Disruption, Selbstmanagement, Geschäftsmodell-Innovationen wie Plattform-Ökosysteme, Product-as-a-Service oder Circular Economy. Die neun neuen Fallstudien und die zahlreichen aktuellen Kurzbeispiele eignen sich sowohl zur vertieften Analyse oder Reflexion als auch zur Diskussion des Themas und schaffen den Bezug zur Praxis.

Urteil der Presse

«Alle wesentlichen Fragen der strategischen Planung und Analyse werden sehr sorgfältig und vor allem in gut aufbereiteter Form präsentiert. Eine konsequente Verknüpfung von Theorie mit praktischen Beispielen.» Prof. Dr. Hartmut Kreikebaum

«Es ist den Autoren gelungen, durch eine geschickte Aufbereitung des Stoffes dem Thema «echtes Leben» einzuhauchen und es erschöpfend darzustellen. Trotzdem ist keine «Schwarte» daraus geworden, denn die Praxisbeispiele sowie die Übersichtlichkeit und die verständliche Beschreibung der nicht immer einfachen Inhalte machen das Buch echt lesenswert.» Die Buchrezension

Zielgruppe

Mitglieder von Verwaltungsrat oder Aufsichtsrat; Geschäftsleitungsmitglieder, Führungskräfte; Berater, Unternehmer und Unternehmensgründer; Studierende und Lehrende an Universitäten und Fachhochschulen

Inhaltsübersicht

- Kapitel 1: Konzept des Strategischen Managements
- Kapitel 2: Analyse der strategischen Ausgangslage und strategische Segmentierung
- Kapitel 3: Umweltanalyse
- Kapitel 4: Unternehmensanalyse
- Kapitel 5: Strategische Analyse
- Kapitel 6: Vision und Leitbild
- Kapitel 7: Strategieentwicklung
- Kapitel 8: Strategieumsetzung
- Kapitel 9: Strategiekontrolle
- Anhang: Fallstudien

Die Autoren

Roman Lombriser, Doctor of Business Administration, Professor für Strategisches Management an der Hochschule für Wirtschaft, Olten (Fachhochschule Nordwestschweiz). Seit 2008 Verwaltungsratspräsident des Beratungsunternehmens Forrer Lombriser & Partner, Strategie- und Projektmanagement. Von 2002 bis 2008 Professor an der Fachhochschule für Angewandte Wissenschaften FHS St. Gallen. Von 1994 bis 2005 Leiter der Unternehmensberatung am Institut für Führung und Personalmanagement (I.FPM) der Universität St. Gallen (HSG). An der gleichen Universität seit 1993 Lehrbeauftragter für Betriebswirtschaftslehre und Corporate Governance/VR-Management. Seit 2005 Partner des International Center for Corporate Governance und Dozent der Swiss Board School. Von 1999 bis 2001 Visiting Professor of Strategic Management an der U.S. International University, San Diego. Zuvor zehn Jahre Praxiserfahrung im Finanzsektor. 1992 Gewinner des internationalen «Igor Ansoff Award» von Coopers & Lybrand (Amsterdam, NL) für die Forschungsarbeit über «Strategische Unternehmensführung bei fundamentalen Veränderungen». Autor diverser Bücher und Fachbeiträge zum Strategischen Management.

Peter A. Abplanalp, Dr. rer. pol., Professor und vormaliger Direktor der Fachhochschule Solothurn Nordwestschweiz für Technik, Wirtschaft und Soziales in Olten. Berufslehre und mehrjährige Tätigkeit bei den Schweizerischen Bundesbahnen. Werbe- und Redaktionsassistent einer Versicherungsgesellschaft. Studium der Betriebswirtschaft und Soziologie an der Universität Basel. Visiting Scholar an der Cornell University, Ithaca N.Y. Mehrjährige Praxis als Verantwortlicher für Kaderausbildung und Kaderentwicklung in Industrie- und Dienstleistungsunternehmen. Verschiedene Einsätze als Dozent für Strategisches Management in China, Vietnam und Nordkorea sowie in den USA, Deutschland und in der Schweiz. Co-Leiter des Curriculum Committees des Netzwerkes «Microeconomics of Competitiveness» (Professor Michael E. Porter).