

Instrumente des strategischen Managements

Grundlagen und Anwendung

Für das strategische Management stehen zahlreiche Instrumente für die Analyse, die Entwicklung und die Umsetzung von Strategien zur Verfügung. Das Buch behandelt die Bedeutung der Strategieinstrumente in der Praxis und stellt wichtige neue sowie klassische Instrumente vor. Für jedes Instrument werden theoretischer Hintergrund, Entwicklung und Bedeutung kritisch analysiert; ähnliche Instrumente und Überschneidungen mit anderen Instrumenten werden aufgezeigt. In der 3. Auflage wurde dem Einfluss der Digitalisierung auf das strategische Management und die Anwendung der Strategieinstrumente besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Zudem wurden neue Instrumente, wie Plattform-Strategien, Business Model Canvas, Design Thinking, Operating Model und Key Objectives and Results aufgenommen. Die Darstellung der bereits in den ersten beiden Auflagen behandelten Instrumente wurde gründlich überarbeitet und durch neue Entwicklungen ergänzt, z. B. Porter's 5 Kräfte im Hinblick auf den Einfluss des Internet of Things. Der Schwerpunkt des Buchs liegt auf einer genauen und verständlichen Schritt-für-Schritt-Anleitung, so dass der Leser das Instrument sofort anwenden und die typischen Anwendungs- und Interpretationsprobleme vermeiden kann.

Cover



39,95 €

37,34 € (zzgl. MwSt.)

*sofort versandfertig, Lieferzeit: 1-3
Werktage*

Artikelnummer: 9783110579550

Medium: Buch

ISBN: 978-3-11-057955-0

Verlag: De Gruyter

Erscheinungstermin: 22.06.2020

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 3. überarbeitete Auflage 2020

Serie: De Gruyter Studium

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 797 g

Seiten: 452

Format (B x H): 177 x 240 mm

