

Jochem Müller (Hrsg.)

## Strategisches Management

Einführung in die Methoden des strategischen Controllings

Reihe „**Controlling Forum – Wege zum Erfolg**“, Band 5

Herausgegeben von Prof. Dr. Jochem Müller, Ansbach

Lohmar – Köln 2007, 132 Seiten

ISBN 978-3-89936-589-4

€ 36,- (D) ♦ € 37,10 (A) ♦ sFr 59,30

**JOSEF EUL VERLAG GmbH**  
Fachbuchverlag für  
Wirtschaft und Recht

Brandsberg 6  
D-53797 Lohmar

Tel.: 0 22 05 / 90 10 6-6  
Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88

[www.eul-verlag.de](http://www.eul-verlag.de)  
[info@eul-verlag.de](mailto:info@eul-verlag.de)

Strategische Unternehmensführung ist eine grundlegende Voraussetzung für den unternehmerischen Erfolg. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens gehört zu den wichtigsten Managementaufgaben. Fehlende Konzepte, falsche Strategien und mangelndes Durchsetzungsvermögen führen unweigerlich zu einer schwindenden Konkurrenzfähigkeit, zu Verlusten und damit zu einer Existenzgefährdung des eigenen Unternehmens.

Insbesondere Klein- und Mittelbetrieben fällt es häufig noch schwer, der strategischen Unternehmensführung die angemessene Bedeutung einzuräumen und die erforderlichen Ressourcen bereitzustellen. Meist dominiert die operative Unternehmenssteuerung und es unterbleibt vielfach eine umfassende und langfristige Steuerung des Unternehmens. Sollen Erfolgspotentiale aufgebaut und bestehende Erfolgsquellen ausgeschöpft werden, dann stellt die strategische Unternehmensführung eine zentrale Aufgabe für das Management dar. Strategisches Management ist als Prozess zu verstehen, der ausgehend von der Formulierung strategischer Ziele die Analyse der Umfeldbedingungen und der Unternehmenspotentiale umfasst.

Das vorliegende Buch ist als Hilfsmittel für Studenten der Wirtschaftswissenschaften mit Spezialisierung auf das Fach Controlling gedacht, um sich gezielt und schnell in die Grundlagen des strategischen Managements einzuarbeiten. Praktiker mit Strategieverantwortung können mit dem Buch einen raschen Zugang zu den nachfolgenden Methoden des Strategischen Managements finden:

- Balanced Scorecard
- Strategy Map
- Lückenanalyse
- Konkurrenzanalyse
- Portfolioanalyse
- SWOT-Analyse
- Strategische Früherkennung
- Benchmarking
- ABC-Analyse
- Target Costing
- Unternehmensrating
- Risikomanagement
- Beyond Budgeting
- Strategische Geschäftsfelder
- Change Management
- Kundenwertmanagement

Neben einer begrifflichen Abgrenzung und den Zielen der einzelnen Instrumente, werden die Vorgehensweise, die Handlungsempfehlungen und die Einstiegsliteratur dargestellt.

„Was alle Erfolgreichen miteinander verbindet, ist die Fähigkeit, den Graben zwischen Entschluss und Ausführung äußerst schmal zu halten!“ (P. Drucker).

In diesem Sinne wünsche ich viel Erfolg bei der Umsetzung der aufgezeigten Konzepte.

## Inhaltsübersicht

1. Balanced Scorecard
2. Strategy Map
3. Lückenanalyse (GAP-Analyse)
4. Konkurrenzanalyse
5. Portfolioanalyse
6. SWOT-Analyse
7. Ansätze der strategischen Früherkennung
8. Benchmarking
9. ABC-Analyse
10. Target Costing
11. Unternehmensrating
12. Risikomanagement
13. Beyond Budgeting
14. Strategische Geschäftsfelder
15. Change Management
16. Kundenwertmanagement

✂-----

### Bestellungen bitte an:

**JOSEF EUL VERLAG GmbH, Brandsberg 6, 53797 Lohmar, Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88**

Hiermit bestelle ich \_\_\_\_\_ Exemplar(e) des Titels „**Strategisches Management**“ von **Jochem Müller (Hrsg.)**, ISBN 978-3-89936-589-4 zum Preis von € 36,- (D). Die Lieferung erfolgt innerhalb Deutschlands versandkostenfrei gegen Rechnung.

Name:

---

Firma:

---

Straße:

---

PLZ/Ort:

---

Telefon:

---

Datum

Unterschrift