

Prof. Dr. Jean-Paul Thommen

Management

**Eine Einführung in das allgemeine und
das strategische Management**

**Ein Modul der
Managementorientierten
Betriebswirtschaftslehre**

Versus · Zürich

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1: Grundlagen	11
1.1 Was heisst Management?	11
1.1.1 Unternehmens- und Führungsgrundsätze	12
1.1.2 Managementtechniken	12
1.1.3 Integrierte Management-Modelle	14
1.2 Zürcher Management-Ansatz	14
1.2.1 Begriff Führung	14
1.2.2 Inhalt der Führung	17
1.2.3 Zusammenfassung	18
1.3 Neues St. Galler Management-Modell	18
1.4 Lean Management	20
1.5 Total Quality Management (TQM)	21
Repetitionsfragen	24

Kapitel 2: Managementfunktionen	25
2.1 Planung	25
2.1.1 Merkmale der Planung	25
2.1.2 Planungskonzept	27
2.1.2.1 Planungssystem	27
2.1.2.2 Planungsprozess	29
2.1.2.3 Planungsorganisation	30
2.2 Entscheidung	31
2.2.1 Merkmale der Entscheidung	31
2.2.2 Arten von Entscheidungen	32
2.2.3 Entscheidungsregeln bei Unsicherheit und Risiko-Situationen ...	33
2.3 Aufgabenübertragung	36
2.3.1 Merkmale der Aufgabenübertragung	36
2.3.2 Autorität und Macht	39
2.4 Kontrolle	41
2.4.1 Merkmale der Kontrolle	41
2.4.2 Prüfung, Revision und Kontrolle	43
2.4.3 Interne Kontrolle	44
2.4.4 Interne Revision	46
2.4.5 Controlling	49
Repetitionsfragen	50
Kapitel 3: Unternehmenskultur und Führungsstil	53
3.1 Unternehmenskultur	53
3.1.1 Merkmale der Unternehmenskultur	53
3.1.2 Kulturtypen	55
3.1.3 Wirkungen von Unternehmenskulturen	57
3.1.4 Analyse und Gestaltung der Unternehmenskultur	58
3.1.5 Interkulturelles Management	59
3.1.5.1 Bedeutung des interkulturellen Managements	59
3.1.5.2 Gestaltungsebenen der Kultur	60
3.1.5.3 Internationalisierungsstrategien und Kultur	62
3.2 Führungsstil	63
3.2.1 Klassifikation von Führungsstilen	63
3.2.2 Das Verhaltensgitter (Managerial Grid) von Blake/Mouton ...	67
Repetitionsfragen	70

Kapitel 4: Strategisches Management	71
4.1 Ziele und Aufgaben des strategischen Managements	71
4.1.1 Strategisches Management und Unternehmenspolitik	71
4.1.2 Strategischer Problemlösungsprozess	73
4.2 Analyse der Ausgangslage	77
4.2.1 Umweltanalyse	78
4.2.2 Unternehmensanalyse	80
4.2.3 Analyse der Wertvorstellungen	85
4.2.4 Analyse-Instrumente	86
4.2.4.1 Wettbewerbsanalyse (Branchenanalyse)	86
4.2.4.2 PIMS-Modell	89
4.2.4.3 Konzept der Erfahrungskurve	90
4.2.4.4 Konzept des Produktlebenszyklus	93
4.2.4.5 Portfolio-Analyse	96
4.2.4.6 Gap-Analyse	98
4.2.4.7 Benchmarking	100
4.3 Unternehmensleitbild und Corporate Governance	100
4.3.1 Unternehmensleitbild	100
4.3.2 Corporate Governance	103
4.4 Unternehmensstrategien	105
4.4.1 Strategieentwicklung	106
4.4.1.1 Produkt-Markt-Strategien	106
4.4.1.2 Wettbewerbsstrategien nach Porter	108
4.4.1.3 Normstrategien der Marktwachstums- Marktanteils-Matrix	109
4.4.1.4 Konzept der Kernkompetenzen	111
4.4.1.5 Weitere strategische Ausrichtungen	113
4.4.2 Strategieimplementierung und Strategieevaluation	113
4.4.2.1 Strategieimplementierung	113
4.4.2.2 Strategieevaluation	115
4.4.3 Balanced Scorecard	116
4.5 Strategische Erfolgsfaktoren	119
Repetitionsfragen	121
Multiple-Choice-Aufgaben	123
Literaturverzeichnis	143
Stichwortverzeichnis	145
Der Autor	151