

Aus Lombriser Abplanalp Strategisches Management 6

Die vier Themen dieses Bandes sind für jede Unternehmensführung zentral. Dieses Lehrbuch entfaltet sie für Studierende auf Master-Niveau und bildet mit Band I "Strategie - Organisation - Personal - Führung" ein Kompendium rund um das Thema. Leitend sind dabei folgende Kriterien: Relevanz der dargestellten Theorien und Befunde für die betriebliche Praxis, Aktualität der abgebildeten Theorienlandschaft und Strategiebezug sowie Werteorientierung als Querschnittsthema.

Auch wenn Personalmanager keine Psychologen sein müssen, was sie tun, ist angewandte Psychologie: u. a. Menschen und ihre Rollen im Unternehmen verstehen und beeinflussen, Wandel in Organisationen gestalten. Dafür kann die Kenntnis psychologischer Instrumente und Theorien sehr hilfreich sein. Dieser Leitfaden basiert auf einer Weiterbildung für Personalmanager am Institut für Angewandte Psychologie (Zürich) und beleuchtet aktuelle Themen wie z. B. Talent-, Performance- und Demografie-Management – mit zahlreichen Tipps, Checklisten und Fallbeispielen.

In Zeiten tiefgreifender wirtschaftlicher Umbrüche ist strategisches Vorgehen auch für kleine und mittelständische Unternehmen essenziell, um Entwicklungen aktiv gestalten zu können anstatt passiv darauf zu reagieren. Führungskräfte erhalten in diesem Buch eine systematische und anwendungsorientierte Orientierung über das Vorgehen bei Strategieentwicklung und -umsetzung. In der vollständig aktualisierten 3. Auflage werden u.a. Geschäftsmodelle, Projektmanagement und agile Methoden, Digitale Transformation, Strategieumsetzung und strategisches Personalmanagement vertieft dargestellt - Bereiche, die wesentlich zum Gelingen einer Strategieentwicklung beitragen. Zudem ist das Werk für Universitäten und Fachhochschulen konzipiert. Der Inhalt ist modular gestaltet, Zusammenfassungen am Ende jeden Kapitels, Kontrollfragen, ein Glossar der Methoden und Begriffe sowie eine Literaturübersicht ermöglichen einen raschen Überblick. Das Lehrbuch stellt die wichtigsten Erkenntnisse, Theorien und Methoden des Strategischen Managements vor. Anhand von Praxisbeispielen, Exkursen und Workshops werden diese verdeutlicht und vertieft. Dank des ausgefeilten didaktischen Konzepts sind die Inhalte optimal erfassbar. Die 5. Auflage wurde durchgehend überarbeitet, verschiedene Themenbereiche wurden vertieft und aktuelle Themen ergänzt. Neu sind Ausführungen zu Nachhaltigkeit und Verantwortung, Regulierung, wichtigen Megatrends wie demographischer Wandel, Klimawandel und Digitalisierung sowie die erhöhte Bedeutung von Schwellenmärkten. Wissenschaftlich fundiert und aktuell. Das Buch stellt ein praxisorientiertes 10-Phasen-Modell des strategischen Managements vor, das auf dem theoretischen Konzept des Sozialkonstruktivismus aufbaut. Ziel des Modells ist es, durch Analyse, Planung, koordinierte Umsetzung und Evaluation von Projekten die Komplexität, der sich Unternehmen heute ausgesetzt sehen, zu reduzieren und sie beherrschen zu können. Anhand des Beispiels einer Hochschulgründung wird die praktische Umsetzung des 10-Phasen-Modells veranschaulicht. Vorgestellt werden auch in der Praxis erprobte und wissenschaftlich validierte Instrumente des strategischen Managements, die ebenfalls zur erfolgreichen Konzeption und Umsetzung einer Unternehmensstrategie beitragen. Ein ausführliches Projekthandbuch zeigt zudem, wie Führungskräfte das 10-Phasen-Modell unkompliziert in einen unternehmerischen Strategieprozess integrieren können.

Studienarbeit aus dem Jahr 2004 im Fachbereich BWL - Beschaffung, Produktion, Logistik, Note: 2,3, Hochschule Ludwigshafen am Rhein, Veranstaltung: Strateg. Unternehmensplanung, 8 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: In dieser Seminararbeit zum Thema „Entwicklung einer Gesamtunternehmensstrategie“ soll anhand der Unternehmenszentrale mit ihrer Planungs- und Kontrollfunktion und den daraus abzuleitenden unternehmenstypischen Führungsrollen die Steuerung der Geschäftsentwicklung dargestellt werden. Durch die horizontale Integration zwischen gleichgeordneten Unternehmenseinheiten und/oder die vertikale Intervention zwischen über-/untergeordneten Unternehmensbereichen kann die Unternehmenszentrale Einfluss auf die Unternehmensentwicklung nehmen. Basierend auf der Planungs-, Steuerungs-, Einfluss- und Kontrollfunktion können die unterschiedlichen Führungsrollen der Unternehmenszentrale differenzierten Unternehmensstrategien zugeordnet werden. Durch die Entwicklung und Ausnutzung von Synergieeffekten werden die Planung und Umsetzung der inner- und zwischenbetrieblich spezifisch entwickelten Strategien optimiert. Diese Einleitung stellt einen Überblick über die Inhalte der Seminararbeit dar, auf welche in den folgenden Kapiteln noch detaillierter eingegangen wird.

Dieses Lehrbuch gibt einen Überblick über die Theorie des strategischen Managements und widmet sich in besonderem Maße den Merkmalen der Entscheidungen, die ihm Rahmen des strategischen Managements zu treffen sind. Das Buch will hierbei nicht nur die Grundlagen des strategischen Managements vermitteln, sondern darüber hinaus den Leser zu einer kritischen Reflexion der im strategischen Management gängigen präskriptiven Empfehlungen anregen.

Dieses Buch zeigt nicht nur Instrumente und Maßnahmen, die proaktiv auf eine systematische Steuerung der Kosten zielen, sondern bietet Lösungsvorschläge für die Umsetzung in der Praxis. Grundlage bilden traditionelle Systeme und aktuelle Entwicklungen der Kostenrechnung und des Controllings.

Die Balanced Scorecard als strategisches Managementsystem erfreut sich großer Beliebtheit: Kein anderes Instrument ermöglicht eine vergleichbare strategische Steuerung von Unternehmen. Dieses Buch beleuchtet die theoretischen Grundlagen und Historie, der Schwerpunkt liegt aber eindeutig auf dem Transfer dieser Theorie in die Praxis: Das Vorgehen bei der Einführung der Balanced Scorecard bei einem mittelständischen Unternehmen wird detailliert beschrieben, inklusive der aufgetretenen Herausforderungen und möglichen Lösungsansätzen bei der Vorbereitung und Durchführung des Projekts. Das Buch dient als Leitfaden für Praktiker, Studenten und Dozenten, die sich über die pure Theorie hinaus auch zusätzlich mit der praktischen Umsetzung der Materie beschäftigen wollen.

Thomas Pöck zeigt praxisorientiert, wie ein Unternehmen organisiert sein muss, um Zeit-, Kosten- und Wissensintegrationsvorteile aus Wertschöpfungspartnerschaften zu erschließen und gleichzeitig damit verbundene Risiken zu vermeiden.

David Stüker setzt an der Schnittstelle zwischen Marketing und Controlling an und zeigt verschiedene Möglichkeiten für eine Evaluierung und Steuerung von Kundenbeziehungen aus Sicht des unternehmenswert-orientierten Controlling auf. Er entwickelt ein umfassendes, unternehmenswert-orientiertes Kunden-Controlling-System zur Steuerung von Kundenbeziehungen.

Dieses Lehr- und Praxishandbuch stellt sowohl die grundlegenden Modelle des Controllings in der Gesundheitswirtschaft als auch entsprechende Best-Practice-Beispiele vor. Die Autoren aus Wissenschaft und Praxis rücken in ihren Beiträgen konsequent die Anwendung der einzelnen Instrumente und Methoden in der Gesundheitswirtschaft in den Vordergrund und legen deren Handhabung in der Praxis dar. Das Buch ist daher für die universitäre Lehre ebenso geeignet wie als Nachschlagewerk und Leitfaden für den erfahrenen Praktiker. Zusätzliche Aktualität gewinnt das Projekt durch die Einbindung der Ergebnisse der "update Controlling"-Studie des Deutschen Vereins für Krankenhauscontrolling (DVKC) e.V.

Globalisierung, Überkapazitäten, Wettbewerbsdruck und ein verändertes Gästeverhalten: Die Hotellerie ist im ständigen Umbruch. Um unter diesen Bedingungen nachhaltige Erfolge zu erzielen, gewinnt das Strategische Hotelmanagement zunehmend an Bedeutung: Chancen der Unternehmensumwelt müssen wahrgenommen, Bedrohungen für den Unternehmenserfolg vermieden, die Stärken des Unternehmens auf- und dessen Schwächen abgebaut werden. Des Weiteren gilt es, Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz zu schaffen. Dieses Standardwerk bietet einen Überblick über den State of the Art zum Strategischen Hotelmanagement und den damit verbundenen wesentlichen Gestaltungsfeldern. Für die 2. Auflage wurden die Theorie und sämtliche Praxisbeispiele vollständig aktualisiert. Darüber hinaus wurde das Buch um den Aspekt der Strategischen Kontrolle erweitert und weitere Praxisbeispiele eingearbeitet. Dieses bewährte Lehrbuch gibt eine umfassende und sehr gut verständliche Einführung in alle unternehmerischen Funktionen aus managementorientierter Sicht. Es ist das Standardwerk für Ausbildung und Praxis und zeigt, mit welchen Instrumenten die Strukturen und Prozesse eines Unternehmens optimal gestaltet werden können. Die klare Strukturierung des Inhalts, die vielen anschaulichen Grafiken sowie das umfangreiche Stichwortverzeichnis ermöglichen auch eine Nutzung des Lehrbuches als Nachschlagewerk. Neu in der 9. Auflage Für die 9. Auflage wurde der Lehrbuch-Bestseller erneut stark überarbeitet und aktualisiert. Dies betrifft insbesondere die Bereiche Marketing, Rechnungswesen, Unternehmensbewertung sowie Organisation. Speziell hervorzuheben sind die verstärkte Berücksichtigung der Digitalisierung im Teil Marketing sowie die Darstellung neuer Ansätze der Selbstorganisation wie Scrum, Agiles Management und Holakratie im Teil Organisation. Lehrbuch und praktischer Berufsbegleiter An der vollständig überarbeiteten neunten Auflage wirkte ein Team aus hochqualifizierten Wirtschaftswissenschaftlern mit. Alle sechs Autoren bringen nicht nur ihr Fachwissen, sondern auch ihre Erfahrungen als Hochschuldozenten ein. Dadurch können sich auch Leser mit wenig oder keinen Vorkenntnissen leicht mit komplexen Zusammenhängen vertraut machen. Ausführliche Erklärungen sowie viele kompakte und farblich abgesetzte Definitionen der wichtigsten Fachbegriffe erleichtern die Nutzung sowohl Studierenden als auch Praktikern in Unternehmen.

Das vorliegende «SML essentials» zeigt auf, wie ein moderner, professionell gestalteter, transparenter und damit glaubwürdiger Managementansatz zu Corporate Responsibility aufgebaut ist. Es soll die Leserschaft in die Lage versetzen, auf definierte Kriterien hin das CR-Management eines beliebigen Unternehmens anhand der öffentlich verfügbaren Informationen zu analysieren und zu bewerten. Dazu gehören Fragen wie: Welche Stakeholder und CR-Themen sind für das Unternehmen wesentlich? Wie lassen sich einzelne CR-Themen mit der Unternehmensstrategie verknüpfen? Wie lassen sich entsprechende Ziele, Indikatoren und Massnahmenpläne entwickeln? Wie werden die CR-Leistungen überprüft und bewertet? Wesentliche Inhalte dieses «SML essentials» wurden gemeinsam mit Fachpersonen aus der Unternehmens- und Beratungspraxis in einem breit angelegten Forschungsprojekt erarbeitet.

Dieses Lehr- und Arbeitsbuch bietet fortgeschrittenen Studierenden eine umfassende Einführung in die linguistische Diskursanalyse. Nach einer kurz gehaltenen Übersicht über die wichtigsten Zweige der Diskursforschung erhalten die Lesenden eine methodische Anleitung zur Durchführung eigener Diskursanalysen, wie sie in dieser Ausführlichkeit im deutschen Sprachraum bisher nicht vorliegt. Neben der Analyse schriftlicher Texte wird auch eine Einführung in die diskursanalytische Analyse von Gesprächen und Bildern gegeben. Der Aufbau der Methodenkapitel folgt der Forschungslogik: von der Korpusbildung über die Analyse einzelner Texte zur Identifikation textübergreifender diskursiver Muster und schließlich der Ausweitung der Diskurs- zur Gesellschaftsanalyse. Zur Veranschaulichung werden Texte aus der Managementliteratur beispielhaft analysiert. Praktische Übungen an Beispieltexen mit Lösungsvorschlägen sowie kommentierte Literaturhinweise runden den Band ab.

Entwicklung einer Balanced Scorecard für die Jugendsozialarbeit an Schulen.

Die Beschäftigung mit strategischen Fragestellungen ist notwendig, um das langfristige und erfolgreiche Überleben von Unternehmen zu sichern. In diesem Lehrbuch werden die spezifischen Probleme und Arbeitsbereiche des strategischen Managements auf der Basis eines Prozessmodells klar aufbereitet. Eine Besonderheit des Buches liegt in der Berücksichtigung der vielfältigen Herausforderungen, die sich durch die Globalisierung und die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ergeben. Die 8. Auflage wurde vollständig überarbeitet und aktualisiert. Zudem wurden in der Praxis relevante Methoden ergänzt und zahlreiche neue Beispiele eingefügt.

Disruptive Innovationen verändern den Wertemaßstab der Kunden und bieten einzigartige Leistungsmerkmale. Im Fall von disruptiven Innovationen sind neue Wertschöpfungsprozesse erforderlich, die den veränderten Kundenanforderungen gerecht werden. In dem Buch wird ein Entscheidungsmodell zur Konfiguration der Wertschöpfung bei disruptiven Innovationen erläutert, das den Abgleich mit Referenzstrategien ermöglicht und somit konkrete Handlungsempfehlungen für die Wertschöpfungskonfiguration aufzeigt.

?Die Bedeutung des Vertriebs in Industriegüterunternehmen ist unbestritten. In der Praxis fehlt jedoch häufig ein systematischer Ansatz, um die unterschiedlichen Kundenanforderungen in den verschiedenen Geschäftsfeldern aus Vertriebsicht differenziert bearbeiten zu können. Michael Weibel untersucht den Vertrieb innerhalb des Produkt-, System-, Zuliefer- und Anlagengeschäfts und analysiert die Relevanz unterschiedlicher Themenfelder sowie deren Erfolgswirkung. Im Mittelpunkt seiner empirischen Untersuchung stehen Aspekte des Vertriebsmanagements auf der Unternehmens- und der Mitarbeiterenebene sowie Fragen zum persönlichen Verkauf.

Die Begleitbeistandschaft ist eine Beistandschaftsart, welche das vorrevidierte Recht nicht kannte. Der Gesetzgeber wollte mit ihr einen Leuchtturm für die Personensorge schaffen, weil die Personensorge im vorrevidierten Recht wenig Niederschlag im Gesetz fand. Begleitende Unterstützung wird somit neben dem Vertretungs- und Mitwirkungshandeln eine neue Handlungsart des Beistandes. Sie ist viel weniger rechtlich als sozialarbeiterisch orientiert. Dementsprechend bildet sie auch eine Verbindung von Sozialarbeit und Recht und bietet diverse Fragestellungen, die sowohl rechtlich als auch sozialarbeiterisch geprägt sind. Im Rahmen des vorliegenden Werkes werden diese interdisziplinären Bezüge beleuchtet. Dadurch wird auch die Systematik für sämtliche Beistandschaften herausgearbeitet und die Beistandschaft im Kontext des Familienrechts behandelt. Die Begleitbeistandschaft ist zusätzlich eine Massnahme die der Zustimmung bedarf. Folglich gewährleistet sie auch Selbstbestimmung. In diesem Zusammenhang wird ein besonderes Augenmerk auf das Zusammenwirken von weiteren subsidiären Dienstleistungen, aber auch das Verhältnis zur UN-Behindertenrechtskonvention vertieft geprüft. Das relevante Wissen aus den unterschiedlichen Branchen, die den Tourismus ermöglichen, wird im Lexikon Tourismus zusammengefasst. In unterschiedlich umfangreichen Stichworten, von der Erläuterung von Fachbegriffen bis hin zu längeren Artikeln, wird ein umfassendes Wissen zu Fluggesellschaften, Flughäfen, Reisebüros, Reiseveranstaltern, zu Hotellerie und Gastronomie, Reservierungssystemen, Tourismusorganisationen usw. vermittelt. Ergänzt wird es durch zentrale und für das Verständnis wichtige betriebswirtschaftliche Einträge.

Darüber hinaus werden auch die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus, psychologische Momente und soziale Aspekte des Reisens in den aufgeführten Stichworten reflektiert. Siebzig Experten aus verschiedenen Ländern haben als Autoren zu diesem Lexikon beigetragen, das für Studium und Beruf gleichermaßen wichtig ist.

Studienarbeit aus dem Jahr 2018 im Fachbereich BWL - Unternehmensführung, Management, Organisation, Note: 1,3, FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH Mannheim (Mannheim), Veranstaltung: Strategische Unternehmensführung (BBA, 6. Semester), Sprache: Deutsch, Abstract: Vor dem Hintergrund, dass sich weltweit Verschärfungen der Wettbewerbssituation beobachten lassen, sehen sich viele Unternehmen zahlreichen Herausforderungen wie bspw. der Globalisierung der Märkte, einem zunehmenden Innovations- und Konkurrenzdruck und einem demographischen Wandel gegenüber. Die Intensivierung des nationalen sowie internationalen Wettbewerbs führt dazu, dass sich Unternehmen früher oder später mit der Frage auseinandersetzen müssen, ob die angebotenen Produkte und Dienstleistungen noch wettbewerbsfähig sind. Darüber hinaus sehen sich Unternehmen zur Erhaltung der Wettbewerbs- und Leistungsfähigkeit veranlasst, gegenwärtige Prozesse im Unternehmen oder auch grundsätzlich das Geschäftsmodell auf den Prüfstand zu stellen. Dabei rückt das Outsourcing von Geschäftsbereichen in den Fokus und wird verstärkt als Alternative zum Status quo wahrgenommen. Die Idee hinter einem Outsourcing ist, dass für eine bisher im eigenen Unternehmen erbrachte Leistung, künftig externe Ressourcen in Anspruch genommen werden. Ergebnisse die damit angestrebt werden sind unter anderem Kostensenkung, Qualitäts- und Leistungssteigerung und Konzentrierung auf das Kerngeschäft. Insgesamt geht es darum, den Fortbestand des Unternehmens zu sichern und eine potenzielle Vormachtstellung gegenüber der Konkurrenz möglich zu machen.

Inhaltsangabe: Problemstellung: Der Begriff der Strategie und des strategischen Managements sind aus der aktuellen Betriebswirtschaft nicht mehr wegzudenken. Das Themengebiet genießt wachsenden Zulauf, wie die Anzahl der Journale und der Fachliteratur in diesem Bereich belegen. Ständig kommen neue Konzepte und Instrumente des strategischen Managements, sowie Forschungen zu diesem Gebiet aus der aktuellen betriebswirtschaftlichen Diskussion hervor. Dies lässt bereits erahnen, dass der eigentliche Prozess der Strategieentwicklung ein noch nicht vollkommen erforschter Prozess ist und dass Debatten, wie Strategien in Unternehmen entstehen, nicht abreißen. Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt eindeutig auf der Betrachtung des Prozesses der Strategieentwicklung. Dazu ist es notwendig, einige ausgewählte Konzepte und Ergebnisse empirischer Untersuchungen zu betrachten, um einen Überblick über den Stand der Forschung in diesem Bereich zu erhalten. Die vorliegende Arbeit geht neben der fokussierten Strategieprozessforschung auch auf die benachbarten Themengebiete wie Strategieinhaltsforschung ein, sofern es zum besseren Verständnis des Themengebietes der Strategieprozesse in Unternehmen beiträgt. Zuerst erfolgt eine Einordnung des Themas in die Betriebswirtschaft. Dabei wird deutlich, dass es und warum es zu keinem einheitlichen Begriffsverständnis in Bezug auf strategisches Management und Strategie kommen kann. Im nächsten Schritt folgt die Identifizierung zweier grundlegender theoretischer Perspektiven des strategischen Managements, aus denen sich zwei unterschiedliche Prozessmodelle, die präskriptiven Modelle der synoptischen Planung und die deskriptiven Inkrementalmodelle der Strategieentwicklung begründen lassen. In Kapitel 4 und 5 werden einige Konzepte und empirische Ergebnisse im Zusammenhang mit Strategieentwicklungsprozessen genauer erläutert, um einen Einblick in den aktuellen Stand der Forschung auf diesem Gebiet zu geben. Es wird dargelegt, dass eine integrative Erforschung des Bereichs angestrebt werden sollte, um auf diese Art und Weise tiefer gehende Ergebnisse für Theorie und Praxis zu erhalten. Anzumerken ist, dass im Rahmen dieser Arbeit angesichts der Vielfalt der zur Verfügung stehenden Literatur und insbesondere der Vielzahl an Studien, die auf unterschiedlichsten Annahmen basieren, kein vollumfänglicher Überblick über das Themengebiet geleistet werden kann. Als Datenbasis werden schwerpunktmäßig die Zeitschriften *Strategic* [...] Die Autorinnen und Autoren des vorliegenden Sammelbandes gehen der Frage nach, welche Voraussetzungen für eine erfolgreiche Unternehmensgründung aus der Forschung gegeben sein müssen.

Academic Entrepreneurship Springer-Verlag

Der Zerfall des sowjetischen Imperiums führte seit den späten 80er Jahren in den Ostblockstaaten zu recht unterschiedlichen Transformationspfaden. Trotz aller Unterschiede gab es aber auch zahlreiche wechselseitige Beeinflussungen. Sie zeigen, dass die Entwicklungen in den einzelnen Staaten nicht isoliert betrachtet werden können. Führende Experten aus den betreffenden Ländern beschreiben in ihren Beiträgen Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Entwicklungen in der DDR und in den Nachbarstaaten Polen, CSSR und Ungarn.

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Internen Kommunikation in Bezug auf Change Management Prozesse in Unternehmen. Es wird betriebswirtschaftlich begründet, warum Interne Kommunikation allgemein und speziell im Change Management wichtig ist und einen bedeutenden Beitrag zur Erfüllung der Unternehmensziele leisten kann. Dargestellt wird, welche Faktoren die Interne Kommunikation beeinflussen und daher besonders beachtet werden müssen, um einen besseren Informationsaustausch und effektive zwischenmenschliche Interaktion im betrieblichen Umfeld zu gewährleisten. Auf Grundlage dieser theoretischen Betrachtung werden anhand eines Ver- und Entsorgungsunternehmens konkrete Handlungsvorschläge erarbeitet, die im Unternehmen für eine betriebswirtschaftlich bessere Ausschüttung der Maßnahmen Interner Kommunikation sorgen. Die vorliegende Ausarbeitung beantwortet Fragen zur Internen Kommunikation und stellt zum Beredenken vorhandener Strukturen im eigenen Unternehmen an. Der Aufbau wird von Fragen geleitet, die in den folgenden vier Kapiteln beantwortet werden: Was ist Interne Kommunikation und welche Voraussetzungen müssen erfüllt werden, damit sie im Unternehmen wirken kann? Was bringt Interne Kommunikation für den Unternehmenserfolg und wie lässt sich dieser Erfolg messen? Wie und unter welchen Voraussetzungen kann Interne Kommunikation den Change Management Prozess unterstützen? Wie können die Instrumente der Internen Kommunikation in der Praxis am Beispiel eines Ver- und Entsorgungsunternehmens angewendet werden? Zur Beantwortung der ersten Frage setzt sich der Autor im zweiten Kapitel zunächst mit der Definition von Interner Kommunikation auseinander. Auf dieser Basis wird eine Auswahl von Kommunikationsmodellen dargestellt, um deutlich zu machen, dass es sich bei Interner Kommunikation nicht nur um Informationsvermittlung handelt. Dabei werden Funktionen und Ziele beschrieben, Anforderungen für eine effektive Interne Kommunikation definiert, unterschiedliche Wege der K

In unterschiedlich umfangreichen Stichworten, von der Erläuterung von Fachbegriffen bis hin zu längeren Artikeln, haben mehr als sechzig Experten aus Theorie und Praxis das relevante Wissen des Tourismus, der Hotellerie und Gastronomie in über 1300 Stichwörtern erfasst. Zentrale betriebswirtschaftliche Einträge ergänzen die Ausführungen. Volkswirtschaftliche, psychologische, rechtliche, geschichtliche und soziale Aspekte des Reisens werden reflektiert und erweitern die Sichtweise. Zitate aus der Branche, Storytelling und Cartoons interpretieren den Kompendiumgedanken modern und frisch. Tabellen, Grafiken, ein- und weiterführende Literaturhinweise runden das Nachschlagewerk ab.

Zur Erfüllung der zunehmend komplexen Aufgaben im Brennpunkt von strategischem Management und klassischem Controlling vermittelt der Band anwendungsnahes Wissen. Er nutzt dazu eine praxisorientierte Struktur und erläutert die jeweiligen Aufgaben und Instrumente des strategischen Controllings. Eine Vielzahl von Anschauungsbeispielen namhafter Firmen und Abbildungen erleichtern das Verständnis. Unterstützt wird der Praxisbezug durch die Programmstruktur für einen Strategieworkshop, um den Input auch im eigenen Unternehmen umzusetzen.

Hoher wirtschaftlicher Druck herrscht in den evangelischen Landeskirchen und erzwingt Reaktionen. Doch wie soll Kirchenreform aussehen? Reformideen aus der Vergangenheit sind ebenso einflussreich wie der Blick auf gesellschaftliche und kircheninterne Entwicklungen. Viele Reformansätze speisen sich aus der Betriebswirtschaft. Das Buch untersucht kirchliche Selbstbeschreibungen aus den evangelischen

Landeskirchen, stellt die gegenwärtige Reformdiskussion dar und analysiert sie. Es leistet so einen praktischen Beitrag für die Umsetzung der Reformvorhaben. Kirchenreform muss im Verhältnis von Kirche und Welt, Kirche und Gesellschaft bestimmt werden. Dazu dienen theologische Positionen, die kirchliches Handeln auf der Grenze von Dogmatik und Ethik ansiedeln. Der abschliessende Vorschlag, die Kirche als "corporate citizen" zu verstehen, wirft ein neues Licht auf kirchliches Handeln.

Die Kommerzialisierung des Sports hat dazu geführt, dass sich ehemals ehrenamtlich geführte Vereine bezüglich ihres Umsatzes und der Mitarbeiterzahl längst zu mittelständischen Unternehmen entwickelt haben. Neben der Konkurrenz um sportlichen Erfolg rückt dadurch für die Clubs zunehmend der stetig steigende wirtschaftliche Wettbewerb in den Fokus. Im Mittelpunkt stehen dabei eine strategische Neuausrichtung und deren Teilaspekte, z.B. die Fokussierung auf Kernkompetenzen, Kostensenkungsprogramme, Business Reengineering sowie die Hebung und der Ausbau von Erfolgspotenzialen. Daher geht es zunächst um die Frage, welche Besonderheiten beim strategischen Management eines Fußballunternehmens berücksichtigt werden müssen. Ein Instrument, das im strategischen Management, vor allem bei der Strategieimplementierung, eingesetzt wird, ist die Balanced Scorecard (BSC). Bei Unternehmen, die bisher noch nicht nach einer einheitlichen Strategie geführt werden, kann sie darüber hinaus auch bei der Strategieentwicklung helfen. Da dies bei einer Mehrzahl der Fußballclubs der Fall sein dürfte, geht es im folgenden Teil der Arbeit darum, wie unter Berücksichtigung der erörterten Besonderheiten eine BSC zur Strategieumsetzung bei einem Fußballunternehmen ausgestaltet sein kann.

Globalisierung, hoher Wettbewerbsdruck, Überkapazitäten und ein verändertes Gästeverhalten sind in der deutschsprachigen Hotellerie von aktueller Relevanz. Um unter diesen Bedingungen nachhaltige Erfolge erzielen zu können, gewinnt das strategische Hotelmanagement zunehmend an Bedeutung: Chancen der Unternehmensumwelt müssen wahrgenommen, Bedrohungen für den Unternehmenserfolg vermieden, die Stärken des Unternehmens auf- und dessen Schwächen abgebaut werden. Des Weiteren gilt es, Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz zu schaffen. Dieses Buch bietet einen fundierten Überblick über den State of the Art zum Strategischen Hotelmanagement und den damit verbundenen wesentlichen Handlungsfeldern. Prof. Dr. Burkhard von Freyberg ist einer der renommiertesten Hospitality Management Professoren im deutschsprachigen Raum. Der gelernte Hotelfachmann und Dipl.-Kaufmann lehrt an der Fakultät für Tourismus der Hochschule München, u.a. strategisches Hotelmanagement und Hotelprojektentwicklung. Darüber hinaus ist er geschäftsführender Gesellschafter des Beratungsunternehmens Zarges von Freyberg Hotel Consulting sowie Autor und Herausgeber verschiedener branchenbezogener Bücher. Sabrina Zeugfang ist im Sales und Trade Marketing bei The Walt Disney Company (Germany) tätig. Ihre akademische Ausbildung erfolgte im Rahmen des Studiums zur Dipl.-Betriebswirtin (FH) mit Schwerpunkt Hospitality Management an der Fakultät für Tourismus der Hochschule München.

Diese Fallstudien sind im Rahmen der Vorlesung "Forschungsprojekt" von Bachelorstudent(inn)en im Studiengang Handel an der DHBW Mannheim mit Unternehmen aus der Vox TV-Gründershow erarbeitet worden. Jede Fallstudie beginnt mit der Beschreibung des Unternehmens, der Entwicklung, der Marktsituation sowie den Stärken und Schwächen. In einem Best-Practice-Vergleich wird das Konzept überprüft und in einer Handlungsempfehlungen eine Zukunftsbetrachtung vorgenommen. Abschließende Arbeitsfragen können für eine weitere Bearbeitung von Studenten verwendet werden.

In diesem Buch behandeln zahlreiche Experten jene personalpolitischen Handlungsfelder, die von der demografischen Entwicklung besonders betroffen sind, wie z.B. Altersstruktur, Mitarbeiterbindung, Employer-Branding, Kompetenzentwicklung, Wissens- und Gesundheitsmanagement. Basierend auf der Theorie werden allgemeine Lösungsansätze für die Bewältigung des demografischen Wandels im Personalmanagement entwickelt. Jedes Kapitel beginnt mit der Formulierung von Lernzielen und endet mit einer Zusammenfassung sowie Wiederholungsfragen. Online-Zusatzmaterialien bieten Lösungen, weiterführende Literatur, Folien für Dozenten sowie Praxisbeispiele, die den Transfer zwischen Theorie und Praxis erleichtern.

Keine Unternehmenssteuerung kann effektiv sein, ohne auf geeignete Informationsgrundlagen und Datenquellen zurückzugreifen. Neben den unternehmensinternen Informationssystemen kann das Management auch aus externen Datenquellen Nutzen für seine Steuerung ziehen. Zwei der wichtigsten öffentlich verfügbaren Datenquellen sind die externe Rechnungslegung und die Marktforschung. Die vorliegende Arbeit untersucht diese Datenquellen mit speziellem Bezug auf Versicherungsunternehmen. Dabei werden die Rechnungslegung von Versicherungsunternehmen nach HGB und nach IFRS sowie die Marktforschung nicht nur isoliert voneinander auf die Eignung und Nützlichkeit für die Unternehmenssteuerung untersucht. Es geht auch um die Frage, ob und wie weit das Zusammenspiel der einzelnen Datenquellen neue Erkenntnisse und damit Mehrwerte für das Management von Versicherungsunternehmen liefern kann. Insbesondere Mitarbeitern und Führungskräften in Versicherungsunternehmen kann das Buch damit Ideen und Lösungsansätze für die Verbesserung der Informationsversorgung bieten.

Alle reden von Strategie, aber kaum jemand fragt, was dahinter steckt. Dieses Buch verschafft politischer Strategieanalyse endlich ein Fundament, von dem aus sie weiter entwickelt werden kann. Adressaten sind die praktische Politik und die Politikwissenschaft. Eingehend und mit Verweisen auf praktisch-empirische Beispiele werden die drei zentralen Bausteine des gesamten Strategy-Making entfaltet: Strategiefähigkeit, Strategiebildung, strategische Steuerung. Dem schließen sich Fallstudien zu strategischer Politik in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland an, die die systematischen Zusammenhänge illustrieren und zugleich das weitreichende Potential von Strategieanalysen unter Beweis stellen.

Karriereratgeber, Topmanagement, Führungskräfte, Selbstführung, Führungsalltag, Führungstechnik Dieses Buch ersetzt Ihnen die Lektüre einer ganzen Bibliothek: Es stellt die Essenz einer grossen Bandbreite an relevanter Top-Management-Literatur dar, konzentriert sich auf die wichtigsten Erkenntnisse und bringt sie auf den Punkt. Somit entspricht das CEO-Handbuch genau seinem Zielpublikum, dessen Zeit ein sehr kostbares Gut ist. Das praxisorientierte Handbuch widmet sich 36 wichtigen Themen, die sich auf unterschiedliche Arbeits- und Lebensbereiche aktueller und angehender Top-Manager beziehen. Dabei werden sowohl "harte Themen" wie die Durchführung von Unternehmenskäufen, Manager-Haftung oder Capital Raising behandelt wie auch "weiche Themen" wie

Charakterbildung oder der gekonnte Abgang am Ende des Berufslebens. Der Inhalt ist bewusst prägnant und ohne lange theoretische Ausführungen aufbereitet. Am Anfang jedes Kapitels fasst eine kurze "Executive Summary" die wichtigsten Informationen zusammen, sodass sich das Buch auch als Nachschlagewerk eignet. Ein ausführliches Literaturverzeichnis bietet dem Leser weiterführende Lektüre zu jedem Thema.

[Copyright: c9d177a77f724ce4167d9f02f9686299](#)