

Strategische Unternehmensführung II

1. Strategien auf Unternehmensebene

- 1.1 Charakterisierung des strategischen Managements
- 1.2 Wachstumsstrategien
 - 1.2.1 Diversifikation
 - 1.2.2 Diversifikationsmessung
 - 1.2.3 Venture Management
- 1.3 Schrumpfungsstrategien
- 1.4 Portfolio-Analyse als Instrument zur Unterstützung der Unternehmensausrichtung
 - 1.4.1 Geschäftsbereichsdefinition als Ausgangspunkt
 - 1.4.2 Marktattraktivitäts-Wettbewerbspositions-Matrix
 - 1.4.3 Geschäftsfeld-Ressourcen-Matrix
 - 1.4.4 Wertbeitrags-Matrix

2. Strategien auf Geschäftsbereichsebene

- 2.1 Dimensionen von Geschäftsbereichsstrategien im Überblick
- 2.2 Wettbewerbsvorteile
 - 2.2.1 Differenzierungsvorteile
 - 2.2.1.1 Ansatzpunkte für Nutzensvorteile
 - 2.2.1.2 Differenzierung und Wettbewerbsvorteile
 - 2.2.2 Kostenvorteile
 - 2.2.2.1 Ansatzpunkte für Kostenvorteile
 - 2.2.2.2 Kostenführerschaft und Wettbewerbsvorteile
 - 2.2.3 Integration von Differenzierungs- und Kostenvorteilen
- 2.3 Marktsegmentierung und -abdeckungsbreite
 - 2.3.1 Segmentierungskriterien und -voraussetzungen
 - 2.3.2 Einzel- und Multisegmentstrategien
- 2.4 Wettbewerbergerichtete Verhaltensmuster

3. Unternehmens- und Geschäftserfolg als Bezugsgrößen der Strategieauswahl und -kontrolle

- 3.1 Jahresabschlussorientierte Erfolgsanalysen
- 3.2 Investitionsorientierte Erfolgsanalysen
 - 3.2.1 Geschäftsplanbasierte Kapitalwertkalkulationen
 - 3.2.2 Exkurs: Bestimmung der Kapitalkosten zur Zahlungsstromdiskontierung
 - 3.2.3 Flexibilitätswerte: Strategien als Realoptionen
- 3.3 Kapitalmarktorientierte Erfolgsanalysen
- 3.4 Strategische Erfolgskontrolle

4. Multivariate Analysemethoden zur Planungsunterstützung

- 4.1 Übersicht
- 4.2 Varianzanalyse
- 4.3 Conjointanalyse
- 4.4 Clusteranalyse

Basisliteratur

- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., & Weiber, R. (2018). *Multivariate Analysemethoden* (15. Aufl.). Berlin: Springer.
- Barney, J.B. (2011). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage* (4. Aufl.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Brealey, R.A., Myers, S.C., & Allen, F. (2019). *Principles of Corporate Finance* (13. Aufl.). New York: McGraw-Hill.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2016). *Strategisches Management* (5. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Welge, M.K., Al-Laham, A., & Eulerich, M. (2017). *Strategisches Management* (7. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.

Stand 07.10.2019

Bitte beachten Sie unsere FAQs unter
<http://udue.de/utpfaq>

