

FACHPRÜFUNG

SCHWERPUNKTFACH STRATEGISCHES MANAGEMENT



Informationen zur Fachprüfung und
zur Prüfungsliteratur

Stand: 2023

Prüfungsliteratur aus Büchern

Die beiden Bücher geben einen strukturierten Einblick in die aktuelle Wissensbasis.
Sie können sowohl die aktuelle Auflage verwenden oder die vorangegangene Auflage.

Reisinger, S., Gattringer, R. und Strehl, F. 2022: Strategisches Management: Grundlagen für Studium und Praxis, 3. Auflage. Ausgenommen für Prüfung: Kapitel 6.3 „Kennzahlen“

Alternativ: Reisinger, S., Gattringer, R. und Strehl, F. 2017: Strategisches Management: Grundlagen für Studium und Praxis, 2. Auflage. Ausgenommen für Prüfung: Kapitel 6.3 „Kennzahlen“

Whittington, R., Regnér, P., Angwin, D., Johnson, G. und Scholes, K. 2020: Exploring strategy: Twelfth Edition. Ausgenommen für Prüfung: Kapitel 5 „Stakeholders and governance“, Kapitel 9 „International strategy“ und Kapitel 11 „Mergers, acquisitions and alliances“

Alternativ: Johnson, G., Whittington, R. und Scholes, K. 2017: Exploring strategy: Eleventh Edition. Ausgenommen für Prüfung: Kapitel 5 „Stakeholders and governance“, Kapitel 9 „International strategy“ und Kapitel 11 „Mergers, acquisitions and alliances“

Prüfungsliteratur aus Reader

Der Reader ergänzt und vertieft die beiden Büchern in Hinblick auf die 7 Perspektiven des strategischen Managements sowie in Bezug auf Tools und Informationen zu Analyse, Formulierung, Implementierung und Evaluierung. Den Reader „Strategisches Management“ erhalten Sie am Institut (Managementzentrum 311B), er enthält folgende Beiträge:

Barney J. B., Hesterly W. S. 2012: Strategic Management and Competitive Advantage. 4th Edition.
- 3. Evaluating a Firm's Internal Capabilities. S. 82-117

Buchholtz A.K., Carroll A.B. 2015: Business and Society. 9th Edition.
- 2. Corporate Citizenship: Social Responsibility, Performance, Sustainability. S. 27-63
- 3. The Stakeholder Approach to Business, Society, and Ethics. S. 64-93

Miles R. E., Snow C. C. 1986: Unternehmensstrategien.
- 2. Der Prozess der unternehmerischen Anpassung. S. 23-99
- 8. Verknüpfung von Managementtheorie mit Unternehmensstrategie und -struktur. S. 121-134

Müller-Stewens G., Lechner C. 2017: Strategisches Management. Wie strategische Initiativen zum Wandel führen. Der Strategic Management Navigator. 5. Auflage.

- 1.2. Einführung: Entwicklung des Strategischen Managements. S. 7-22
- 1.3. Einführung: Der General Management Navigator. S. 22-40
- 2.1. Initiierung: Reflexion. S. 47-59
- 2.3. Initiierung: Idealtypen von Strategieprozessen. S. 86-95
- 3.1. Positionierung: Reflexion. S. 126-139
- 4.1. Wertschöpfung: Reflexion. S. 341-349
- 4.2. Wertschöpfung: Begriff und Einordnung. S. 350-356
- 4.3. Wertschöpfung: Wertketten und ihre Anwendung. S. 356-371
- 4.4.6. Wertschöpfung: Innovative Geschäftsmodelle. S. 398-408
- 5.1. Veränderung: Reflexion. S. 430-447
- 5.2. Veränderung: Gestaltung. S. 447-482

Prüfungsliteratur aus Online-Quellen

Die in den einzelnen Lehrveranstaltungen behandelten Beiträge aus Online-Quellen vertiefen bzw. ergänzen die beiden Bücher. Die Online-Materialien finden Sie über LISSS und EBSCO.

Gassmann O., Frankenberger K., Csik, M. (2017): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, Hanser, München.

- Kapitel 1: Die Logik von Geschäftsmodellen; S. 3-20
- Kapitel 2: Das Prinzip des Business Model Navigators; S. 21-69
- Anhang: Alle Muster auf einen Blick; S. 359-374

Hautz, J. (2017). Opening up the strategy process – a network perspective. Management Decision, 55(9), S. 1956-1983. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2016-0510>

Hungenberg H. 2014: Strategisches Management in Unternehmen. 8. Auflage.

- Kapitel 2.2.3.3.: Strategische Kundenanalyse. S. 124-131
- Kapitel 3.1: Wettbewerbsvorteile und Wettbewerbsstrategien. S. 194-209
- Kapitel 3.2: Entwicklung von Strategiealternativen. S. 210-275

Teece D. J. 2018: Business models and dynamic capabilities. In: Long Range Planning 51 (1), S. 40–49. DOI: 10.1016/j.lrp.2017.06.007.

Welge M., Al-Laham A., Eulerich M. 2017: Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung. 7. Auflage.

- Teil I Kapitel 4.1 Seite 30-42 und Kapitel 4.5.2 Seite 143-149
- Teil I Kapitel 6. Seite 191-196
- Teil II Kapitel 8.1. Die Analyse der Umwelt (ab Kapitel 8.1.3). S. 319-354
- Teil II Kapitel 8.2. Die Analyse der Unternehmung. S. 360-419
- Teil II Kapitel 8.3. Prognose und strategische Frühaufklärung. S. 419-457
- Teil II Kapitel 9.2.3.1 Internationalisierung. S. 646-676