



TU BRAUNSCHWEIG

INSTITUT FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND ORGANISATION

Strategische Unternehmensführung

Univ.-Prof. Dr. Dietrich von der Oelsnitz

Sommersemester 2024

1. Ursprung und Wesen der Unternehmensstrategie

- 1.1 Ebenen der strategischen Unternehmensführung
- 1.2 Unternehmensphilosophie und Leitbild
- 1.3 Strategiethoretische Vorüberlegungen
 - 1.3.1 Zur Funktion von Strategien
 - 1.3.2 Zur Entstehung von Strategien
 - 1.3.3 Plausible Bündel von Strategie-Struktur-Kultur

2. Strategisches Handeln

- 2.1 Typologische Vorüberlegungen
- 2.2 Marktfeldstrategien nach ANSOFF
 - 2.2.1 Marktdurchdringung (Penetration)
 - 2.2.2 Marktentwicklung (Markteintritt)
 - 2.2.3 Produktentwicklung (Innovation)
 - 2.2.4 Diversifikation (Streuung)
 - 2.2.5 Bewertung
- 2.3 Generische Wettbewerbsstrategien nach PORTER
 - 2.3.1 Strategie der Differenzierung
 - 2.3.2 Strategie der Kostenführerschaft
 - 2.3.3 Strategie der Fokussierung
 - 2.3.4 Bewertung
- 2.4 Outpacing als ergänzendes Strategiekonzept

3. Strategische Analyse

- 3.1 Die Lebenszyklus-Analyse
- 3.2 Das Erfahrungskurven-Konzept
- 3.3 Das 9-Felder-Portfolio von MCKINSEY
- 3.4 Empirische Erfolgsfaktorenanalyse
- 3.5 Die Branchenstrukturanalyse

4. Ressourcenbasierte Unternehmensführung

5. Wann kommt der „Hyperwettbewerb“?

Basisliteratur:

Grant, R./Nippa, M.: Strategisches Management, 5. Aufl., München 2006

Welge, M.K./Al-Laham, A./Eulerich, M: Strategisches Management, 7. Aufl., Wiesbaden 2017