

Grimm/Sokolowsky (Hrsg.)

**STRATEGISCHE
FÜHRUNGS-
INFORMATIONSSYSTEME**Theoretische Grundlagen,
praktische Erfahrungen**GABLER**
WIRTSCHAFT

1995, 262 S.

Gedrucktes Buch

Softcover

[1] 54,99 € (D) | 56,53 € (A) | CHF
58,06**eBook**[2] 42,99 € (D) | 42,99 € (A) | CHF
46,00Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder
springer.com/shop

Ulrich Grimm, Peter Sokolowsky (Hrsg.)

Strategische Führungsinformationssysteme

Theoretische Grundlagen, praktische Erfahrungen

Die Notwendigkeit einer strategischen Unternehmensführung ist seit der Wandlung der Verkäufermärkte in Käufermärkte inhaltlich manifestiert. Die Daten der internen und externen Analyse verlangen nach einer jeweils unternehmensindividuellen Integration durch ein strategisches Führungsinformationssystem (SFIS). In dieser Funktion muß das SFIS jene Informationen zur Verfügung stellen und aufbereiten, die dem Aufbau und dem Erhalt von langfristigen Erfolgspotentialen dienen und damit zum Bestandsziel der Unternehmung beitragen. Zu diesem Themenkreis hatte das Institut für Angewandte Informatik an der EUROPEAN BUSINESS SCHOOL (IAI) in Kooperation mit der Roland Berger und Partner GmbH am 22. Oktober 1992 ein Seminar durchgeführt, an dem Wissenschaftler, Anwender und Anbieter von SFIS zu einem intensiven Erfahrungsaustausch zusammenkamen. Die Erkenntnisse dieses Tages wurden von Referenten, Teilnehmern und weiteren ausgewiesenen Fachleuten aufgenommen und weiterentwickelt. Die Ergebnisse dieser Arbeit haben wir in dem vorliegenden Buch zusammengetragen. Das Werk gliedert sich in drei Teile: Teil I: SFIS aus der Sicht der Betriebswirtschaftslehre Gegenwärtige Anwendungsbeispiele für SFIS in der Praxis Teil II: Teil III: Objektorientierte Techniken als Alternative -Theoretische Grundlagen und erste Erfahrungsberichte. Im ersten Teil werden zunächst die inhaltlichen Dimensionen der strategischen Führung aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet. Franz-Xaver Bea skizziert die Beziehungen zwischen strategischem Management einerseits und den Führungsinformationssystemen andererseits. Er konzentriert sich dabei auf den "corporate level", auf die Aspekte der strategischen Führung, die das Unternehmen als Ganzes ansprechen.

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: customerservice@springer.com / Web: springer.com

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

