

Volledig vernieuwde editie van de bestseller *Praktijkboek Strategie*

NIEUW

Praktijkboek Strategie

Effectief plannen en uitvoeren

AIMÉ HEENE, JOHAN VANHAVERBEKE
& SIMONNE VERMEYLEN

€ 34,95 | ISBN 978 90 77432 23 5
ca. 304 p. | 170 x 240 mm | paperback met flappen
NUR 800/765 | A
Verschijnt in januari 2008

Strategie, visie, missie, ... Zijn het dure modewoorden of kunnen we er concreet mee aan de slag? Wat is bedrijfsstrategie en hoe komt deze tot stand? Op welke manier kan strategie de concurrentiekracht van uw bedrijf verbeteren? Wat is de rol van het management, de directie en de medewerkers in het ontwikkelen van uw bedrijfsstrategie?

Vijf jaar ervaring met het praktijkboek leverden boeiend materiaal op voor deze volledig vernieuwde versie. Strategie biedt ondernemers en managers inspiratie en houvast voor het succesvol uitbouwen van de onderneming.

Het eerste deel bespreekt op een inspirerende manier de grondslagen. De basisbegrippen en technieken voor strategievorming worden aangereikt op een voor de praktijk relevante en onmiddellijk toepasbare manier. Deel twee, het routeplan, schetst tien stappen die ondernemers en managementteams het beste kunnen volgen bij het vastleggen van de strategische koers voor hun onderneming. Iedere stap wordt door middel van werkbladen concreet uitgewerkt.

AIMÉ HEENE is gewoon hoogleraar aan de Faculteit Economie en Bedrijfskunde van de Universiteit Gent en nauw verbonden met UAMS. Hij koppelt zijn wetenschappelijk werk al meer dan twintig jaar aan de begeleiding van ondernemingen bij het bepalen van hun bedrijfsstrategie.

JOHAN VANHAVERBEKE heeft als interim manager diverse managementfuncties uitgeoefend bij nationale en internationale organisaties. Hij is als docent verbonden aan de Associatie K.U.Leuven en is wetenschappelijk adviseur van Stichting Marketing/Instima.

SIMONNE VERMEYLEN is docent strategisch management en business planning aan de Hogeschool Universiteit Brussel (HUB) en projectmedewerker aan de Vlerick Leuven Gent Management School.



Uit de inhoud

Deel 1 Strategisch denken. Theoretische verkenningen van strategisch management

Wat is strategie? – Waar willen we heen? Missie, visie, doelen, waarden en normen – Waar moeten we heen? Kansen en bedreigingen voor de onderneming – Stakeholdermanagement, waardedistributie en maatschappelijk bewust ondernemen – Waar kunnen we heen? Sterkten, zwakten en competentie van de onderneming – Verdedigbaar concurrentievoordeel – Strategieën ontwerpen, uitvoeren en tijdig bijsturen

Deel 2 Strategisch doen. Routeplan naar een werkbare bedrijfsstrategie

Fase 1 (voorbereiding en teamvorming – inventariseren van de actuele organisatie – omgevingsscan – wat zouden we moeten doen? – evalueren van strategische alternatieve opties)
Fase 2 (strategische logica ontwikkelen – actieplannen – missie, waarden, stakeholders – communiceren – meten van performantie)

Bestellen kan via
bestellingen@lannoo-campus.be
of 016 30 01 10.

lannoocampus