

- strategija za usmeritev v interesno proizvodno/tržno področje, ki zajema konkurenčne odločitve, sprejete v okviru določenega proizvodno/tržnega ali pa delovnega področja. Čim je namreč izbrana strategija za opredelitev interesnega poročja, se mora organizacija pripraviti na delovanje v okviru omejitev okolja, ki ga je s svojo strategijo izbrala. Zato mora identificirati vse kritične elemente v tem okolju (npr. dobavitelje, konkurenco, kupce, tehnologijo, regulativo ipd.) in jih raziskati, da bi lahko izdelali primerne strategije za vstop v to okolje. Po svoji naravi so to lahko adaptivne strategije, ki se prilagajajo vplivom okolja, ali pa proaktivne strategije, s katerimi skuša organizacija uravnavati ali pa vplivati na to okolje.

Subjekt, ki odloča na strateškem nivoju mora ugotoviti, kateri zunanji faktorji so pomembni, zbrati informacije o teh faktorjih in razviti strategije, ki bodo najbolj ustrezale v danih pogojih. Zdaj šele postaja jasno, kako pomembne so informacije iz okolja za strateške odločitve v organizaciji. Kljub temu pa je treba pristaviti, da so za integralni management na strateškem nivoju prav tako potrebne tudi interne informacije organizacije.

S stalnim naraščanjem obsega informacij za potrebe managementa in tudi z izredno hitrim razvojem sodobne informacijske tehnologije se vedno bolj izrazito kaže težnja po integraciji informacijskega sistema in sistema odločanja. Mason je že pred 20 leti opredelil bistvene elemente in aktivnosti, ki služijo za ugotavljanje povezanosti obeh sistemov (v Resinovič,1978):

1. Izvor, sestavljen iz fizičnih objektov in aktivnosti, ki so relevantne za poslovni sistem (to je transakcijska baza sistema).
2. Opazovanje, merjenje in registriranje dejstev iz izvora.
3. Sprejemanje predpostavk, sklepov in napovedi iz teh dejstev.
4. Ovrednotenje sklepov glede na cilje organizacije in izbor potrebnih akcij.
5. Izvajanje odbranih akcij.

Očitno sta točki 1 in 2 sestavine informacijskega sistema, medtem