

Inhaltsverzeichnis

Lehrplaneinheit 1: Beschaffungs-, Leistungserstellungs- und Absatzprozesse

1	Betriebliche Leistungsprozesse	13
1.1	Begriff Unternehmen und Leistungsprozesse von Unternehmen	13
1.2	Leistungsprozess eines Industrieunternehmens	13
1.3	Betriebswirtschaftliche Prozesse und Wertschöpfungsketten	17
1.4	Logistikprozesse	18
1.4.1	Begriff und Aufgaben der Logistik	18
1.4.2	Optimierung von Logistikprozessen	18
1.4.2.1	Supply Chain Management	18
1.4.2.2	Efficient Consumer Response	20
2	Organisationsformen des Industriebetriebs	22
2.1	Begriff und Arten der Organisation	22
2.2	Aufbauorganisation	23
2.2.1	Aufabengliederung und Stellenbildung	23
2.2.2	Abteilungsbildung	26
2.2.3	Organisationsplan (Organigramm)	27
2.3	Prozessorientierte Organisation	29
2.3.1	Nachteile einer funktionsorientierten Unternehmensorganisation	29
2.3.2	Optimierung der Arbeitsabläufe durch die Bildung von Geschäftsprozessen	30
2.3.3	Ablauf und Auswirkungen einer prozessorientierten Organisation	32
3	Beschaffungsprozesse	36
3.1	Bedarfsplanung	36
3.1.1	Mengenplanung	36
3.1.2	Zeitplanung	38
3.2	Materialbereitstellungsverfahren	42
3.2.1	Bedarfsdeckung durch Vorratshaltung (Lagerhaltung)	42
3.2.1.1	Funktionen des Lagers	42
3.2.1.2	Arten des Lagers	43
3.2.1.3	Festlegung von Mindest- und Meldebeständen	45
3.2.1.4	Berechnung von Lagerkennzahlen	46
3.2.2	Bedarfsdeckung ohne Vorratshaltung	48
4	Leistungserstellungsprozesse	53
4.1	Fertigungsverfahren	53
4.1.1	Überblick	53
4.1.2	Fertigungstechnologie	53
4.1.3	Fertigungstypen	54
4.1.4	Fertigungsorganisation	57
4.2	Arbeitszeitmessung	60
4.2.1	Überblick über die Arbeitsstudien	60
4.2.2	Normalzeit und Normalleistung	61
4.2.3	Ermittlung der Normalzeit mithilfe einer REFA-Zeitaufnahme	61
4.3	Auftragsterminierung	65
4.3.1	Aufgabe der Auftragsterminierung (Produktionsterminierung)	65
4.3.2	Auftragsterminierung am Beispiel der mittelfristigen Terminplanung	66
4.3.2.1	Arbeitsplan	66
4.3.2.2	Durchführung der mittelfristigen Terminplanung	68
4.3.3	Maschinenbelegungsplan und Kapazitätsabgleich	69

4.3.4	Netzplantechnik als Verfahren zur Terminierung	71
4.3.4.1	Einführung	71
4.3.4.2	Ablauf des Verfahrens	71
4.3.4.3	Darstellungsmöglichkeiten	72
4.3.4.4	Vorteile der Netzplantechnik	75
4.4	Entlohnungssysteme	77
4.4.1	Überblick	77
4.4.2	Zeitlohn	77
4.4.3	Akkordlohn	78
4.4.3.1	Voraussetzungen für die Entlohnung nach Akkordlohn	78
4.4.3.2	Einzelakkord	78
4.4.3.3	Gruppenakkord	80
4.4.4	Prämienlohn	80
4.4.5	Mitarbeiterbeteiligung	82
4.5	Betriebliche Kennzahlen der Leistungserstellung	86
4.5.1	Produktivität als Ausdruck des ökonomischen Prinzips	86
4.5.2	Wirtschaftlichkeit	87
4.6	Rationalisierung	90
4.6.1	Begriff, Anlässe und Ziele der Rationalisierung	90
4.6.2	Einzelmaßnahmen der Rationalisierung	91
4.6.2.1	Überblick	91
4.6.2.2	Standardisierung	91
4.6.3	Ganzheitliche Rationalisierungskonzepte	92
4.6.3.1	Lean Production	92
4.6.3.2	Kaizen	94
5	Absatzprozesse	97
5.1	Begriffe Markt und Marketing sowie Aufgaben des Marketings	97
5.2	Marktforschung	99
5.3	Produktpolitik	103
5.3.1	Planungsgrundlagen der Produktpolitik: Produkt-Lebenszyklus und Marktwachstum-Marktanteil-Portfolio	103
5.3.1.1	Produkt-Lebenszyklus	104
5.3.1.2	Portfolio-Analyse	107
5.3.2	Entscheidungen zum Produktprogramm	111
5.4	Kontrahierungspolitik (Entgeltspolitik)	115
5.4.1	Begriffe Preispolitik und Preisstrategien	115
5.4.2	Preisstrategien	115
5.4.3	Preispolitik	117
5.4.3.1	Kostenorientierte Preispolitik	117
5.4.3.2	Abnehmerorientierte (nachfrageorientierte) Preispolitik	118
5.4.3.3	Wettbewerbsorientierte (konkurrenzorientierte) Preispolitik	121
5.5	Distributionspolitik	124
5.5.1	Begriff und Aufgabe der Distributionspolitik	124
5.5.2	Absatzorgane	124
5.5.2.1	Direkter (werkseigener) Absatz	125
5.5.2.2	Indirekter (ausgliederter) Absatz	127
5.6	Kommunikationspolitik	132
5.6.1	Werbung	132
5.6.1.1	Begriff Werbung und die Grundsätze der Werbung	132
5.6.1.2	Werbeplanung	133
5.6.1.3	Werbeerfolgskontrolle	137
5.6.2	Verkaufsförderung	139

5.6.3	Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)	141
5.6.4	Neuere Formen der Kommunikationspolitik	141
5.7	Entwicklung eines Marketingkonzepts (Marketing-Mix)	145

Lehrplaneinheit 2: Mikroökonomie

1	Handlungen unterschiedlicher Wirtschaftssektoren analysieren	148
1.1	Bedürfnisse, Bedarf, Nachfrage	148
1.2	Güter	149
1.3	Ökonomisches Prinzip	150
1.4	Volkswirtschaftliche Produktionsfaktoren	152
1.4.1	Begriff Produktionsfaktoren	152
1.4.2	Produktionsfaktor Natur	152
1.4.3	Produktionsfaktor Arbeit	153
1.4.4	Produktionsfaktor Kapital	154
1.4.4.1	Begriff Kapital und die Kapitalbildung	154
1.4.4.2	Kapitalbildung und Investition	155
1.4.5	Produktionsfaktor Bildung	155
2	Nutzentheorie	159
2.1	Begrifflichkeit	159
2.2	Erstes Gossen'sches Gesetz	160
2.3	Zweites Gossen'sches Gesetz	162
2.4	Bilanzgerade und Haushaltsoptimum	163
3	Bestimmung der Nachfrage	166
3.1	Individuelle Nachfrage	166
3.1.1	Individuelle Nachfragekurve in Abhängigkeit vom Preis eines Gutes	166
3.1.2	Einkommensänderungen und individuelle Nachfrage	167
3.1.3	Änderungen der Bedürfnisstruktur und individuelle Nachfrage	168
3.1.4	Preisänderungen anderer Güter und individuelle Nachfrage	168
3.1.5	Weitere Bestimmungsgründe der individuellen Nachfrage	169
3.2	Ableitung der Marktnachfrage (Gesamtnachfrage) für ein Gut	170
4	Elastizitäten	176
4.1	Direkte Preiselastizität der Nachfrage	176
4.1.1	Begriff und Arten der direkten Preiselastizität der Nachfrage	176
4.1.2	Bedeutung der direkten Preiselastizität der Nachfrage	180
4.2	Kreuzpreiselastizität – indirekte Preiselastizität der Marktnachfrage	180
4.2.1	Begriff und Arten der Kreuzpreiselastizität	180
4.2.2	Bedeutung der Kreuzpreiselastizität	182
4.3	Einkommenselastizität der Marktnachfrage	182
4.3.1	Begriff der Einkommenselastizität	182
4.3.2	Engel-Schwabe'sches Gesetz	183
4.3.3	Bedeutung der Einkommenselastizität	184
5	Bestimmung des Angebots	189
5.1	Kosten der Produktion	189
5.1.1	Grundlegendes	189
5.1.2	Produktionsfunktion vom Typ B	190
5.1.3	Ableitung der Kostenkurven aus der Produktionsfunktion vom Typ B	191
5.2	Bestimmungsfaktoren für das individuelle Angebot eines Betriebs	196
5.2.1	Individuelle Angebotskurve in Abhängigkeit vom Preis eines Guts	196

5.2.2	Individuelle Angebotskurve in Abhängigkeit zu einer Veränderung der Produktionstechnik	198
5.2.3	Individuelle Angebotskurve in Abhängigkeit zu einer Veränderung der Faktorkosten (Preise der Produktionsfaktoren)	200
5.2.4	Individuelle Angebotskurve in Abhängigkeit zu einer Veränderung der Zahl der Anbieter	200
5.2.5	Individuelle Angebotskurve in Abhängigkeit zu einer Veränderung der Preise anderer Güter	201
5.3	Marktangebot (Gesamtangebot) für ein Gut	204
5.3.1	Ableitung des Marktangebots für ein Gut.	204
5.3.2	Preiselastizität des Angebots	207
6	Preisbildung auf dem vollkommenen Markt.	213
6.1	Begriff Markt.	213
6.2	Marktformen.	214
6.3	Preisbildung bei vollständiger Konkurrenz (vollkommenes Polypol)	217
6.3.1	Gleichgewichtspreis	217
6.3.2	Preismechanismus.	221
6.4	Preisbildung des vollkommenen Angebotsmonopols	226
7	Preisbildung auf unvollkommenen Märkten.	231
7.1	Preisbildung des unvollkommenen Polypols.	231
7.1.1	Herausbildung eines Preisniveaus für ein Gut.	231
7.1.2	Monopolistischer Preisspielraum eines einzelnen Anbieters.	234
7.2	Preisbildung des unvollkommenen Angebotsmonopols	238
7.3	Preisbildung des unvollkommenen Angebotsoligopols.	241
8	Staatliche Markteingriffe am Beispiel der Preispolitik	246
8.1	Marktkonforme Staatseingriffe.	246
8.1.1	Begriff marktkonforme Staatseingriffe	246
8.1.2	Instrumente für marktkonforme Staatseingriffe.	246
8.2	Marktkonträre Staatseingriffe.	248
8.2.1	Begriff marktkonträre Staatseingriffe	248
8.2.2	Instrumente für marktkonträre Staatseingriffe.	249

Lehrplaneinheit 4: Rechtsformen der Unternehmung

1	Rechtliche Grundlagen der Unternehmen	252
1.1	Kaufleute	252
1.2	Handelsregister	253
1.3	Firma	254
2	Rechtsformen im Überblick.	255
3	Einzelunternehmung.	256
3.1	Begriff, Firma und Gründung einer Einzelunternehmung.	256
3.2	Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Kontrolle der Geschäftsführung, Gewinnverwendung und Verlustbeteiligung	256
3.3	Vertretung und Haftung	257
3.4	Auflösung, Bedeutung, Vor- und Nachteile der Einzelunternehmung	257
4	Offene Handelsgesellschaft (OHG).	259
4.1	Begriff, Firma und Gründung einer OHG	259
4.2	Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Kontrolle der Geschäftsführung, Gewinnverwendung und Verlustbeteiligung	262

4.3	Vertretung und Haftung	264
4.4	Auflösung, Vor- und Nachteile, Bedeutung der OHG	267
5	Kommanditgesellschaft (KG)	272
5.1	Begriff, Firma und Gründung einer KG	272
5.2	Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Kontrolle der Geschäftsführung, Gewinnverwendung und Verlustbeteiligung der Kommanditisten	273
5.3	Vertretung und Haftung	275
5.4	Auflösung, Bedeutung, Vor- und Nachteile der KG	275
6	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	278
6.1	Begriff, Firma und Gründung einer GmbH	278
6.2	Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Kontrolle der Geschäftsführung, Gewinnverwendung und Verlustbeteiligung	279
6.3	Vertretung und Haftung	282
6.4	Auflösung und Bedeutung der GmbH	282
7	GmbH & Co. KG	283
7.1	Begriff, Firma und Gründung einer GmbH & Co. KG	283
7.2	Merkmale der GmbH & Co. KG	284
8	Aktiengesellschaft (AG)	289
8.1	Begriff, Firma und Gründung der Aktiengesellschaft	289
8.2	Eigenkapitalaufbringung: Aktie als Beteiligungs- und Finanzierungsinstrument bei Aktiengesellschaften	290
8.2.1	Begriff und Wert der Aktien	290
8.2.2	Aktienarten	291
8.3	Geschäftsführung, Vertretung, Kontrolle der Geschäftsführung und Haftung	293
8.4	Rechte der Aktionäre	296
8.5	Auflösung und Bedeutung der Aktiengesellschaft	297
9	Rechtsformwahl und -umwandlung als Entscheidungsproblem	304
10	Gewinnverwendung von Personen- und Kapitalgesellschaften (offene Selbstfinanzierung)	308
10.1	Begriff Finanzierung und Überblick über die Finanzierungsarten	308
10.2	Gewinnverwendung von Personengesellschaften	309
10.2.1	Begriff offene Selbstfinanzierung	309
10.2.2	Gewinnverwendung (offene Selbstfinanzierung) bei der OHG	309
10.2.3	Gewinnverwendung (offene Selbstfinanzierung) bei der KG	311
10.3	Gewinnverwendung (offene Selbstfinanzierung) am Beispiel der AG	316
10.3.1	Bilanzierung des Eigenkapitals im handelsrechtlichen Jahresabschluss von Kapitalgesellschaften	316
10.3.2	Überblick über die Gewinnverwendung bei der AG	318
10.3.3	Rechnerischer Ablauf der Gewinnverwendung	318
10.3.4	Ausweis der Gewinnverwendung in der Bilanz	321
10.4	Beurteilung der Selbstfinanzierung	324
11	Beteiligungsfinanzierung als Möglichkeit der Beschaffung finanzieller Mittel.	326
11.1	Begriff Beteiligungsfinanzierung	326
11.2	Beteiligungsfinanzierung bei Personengesellschaften	327
11.2.1	Beteiligungsfinanzierung bei der OHG	327
11.2.2	Beteiligungsfinanzierung am Beispiel der Kommanditgesellschaft (KG)	328

11.3	Beteiligungsfinanzierung bei Kapitalgesellschaften am Beispiel der AG	330
11.3.1	Ordentliche Kapitalerhöhung (Kapitalerhöhung gegen Einlagen) [§§ 182 bis 191 AktG]	330
11.3.2	Genehmigte Kapitalerhöhung [§§ 202 bis 206 AktG]	339
11.3.3	Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	342
11.4	Beurteilung der Beteiligungsfinanzierung	345
	Stichwortverzeichnis	347