

Jetzt mit
eLearning

*besser
lernen*



Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

3., aktualisierte Auflage

Thomas Straub

Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Inhaltsverzeichnis

Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Impressum

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis

Teil I - Unternehmerische Ausrichtung

Kapitel 1 - Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

1.1 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

1.1.1 Definitionen und Abgrenzung

1.1.2 Entstehung der Betriebswirtschaftslehre

1.2 Wieso gibt es Unternehmen?

1.3 Bedürfnisse und Güter

1.3.1 Bedürfnisse

1.3.2 Güter

1.4 Die Träger der Wirtschaft

1.4.1 Nach Standort

1.4.2 Nach Branche

1.4.3 Nach der Rechtsform

1.4.4 Nach Unternehmensgröße

1.4.5 Nach räumlicher Struktur

1.5 Entscheidungstheorien

1.5.1 Die Prinzipien des betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns

1.5.2 Auswahl von unternehmerischen Optionen

Kapitel 2 - Business Modelling und Start-up-Management

2.1 Einführung

2.1.1 Unternehmer als Treiber des ständigen Wandels in der Wirtschaft

2.1.2 Was versteht man unter Entrepreneurship, einem Entrepreneur und einer

Inhaltsverzeichnis

Innovation?

2.1.3 Was braucht man für die Gründung eines Unternehmens?

2.2 Business Idea Generation/Geschäftsideenentwicklung

2.2.1 Was ist eine Geschäftsidee?

2.2.2 Was macht eine potenzialträchtige Geschäftsidee aus?

2.2.3 Was ist Design Thinking?

2.3 Business Model Design/ Geschäftsmodellentwicklung

2.3.1 Begriffsdefinition Business Model

2.3.2 Business Model Canvas

2.4 Start-up-Management

2.4.1 Erfolgsfaktoren von Start-up-Unternehmen

2.4.2 Businessplanning: Pitch Deck vs. Businessplan

2.4.3 Lean Start-up

2.4.4 Entrepreneurial Finance

2.5 Fazit

Kapitel 3 - Strategisches Management

3.1 Grundlagen und Rolle des strategischen Managements

3.1.1 Herkunft und historische Entwicklungsphasen des strategischen Denkens

3.1.2 Begrifflichkeiten des strategischen Managements

3.1.3 Wie entwickelt man eine Strategie?

3.2 Die wesentlichen Ansätze des strategischen Managements

3.2.1 Marktorientierter Ansatz: von außen nach innen (outside-in)

3.2.2 Ressourcenorientierter Ansatz: von innen nach außen (inside-out)

3.3 Grundlegende strategische Herausforderungen

3.3.1 Wahl der Wachstumsstrategie

3.3.2 Wahl der Wachstumsoption

3.3.3 Wahl der internationalen Strategie

3.3.4 Optionen sozialer Verantwortung

Teil II - Primäre Funktionen

Kapitel 4 - Marketing

4.1 Grundlagen

4.1.1 Ziele und Aufgaben

4.1.2 Forschungsansätze des Marketings

Inhaltsverzeichnis

4.2 Das Käuferverhalten

- 4.2.1 Ausgangspunkt und Grundlage
- 4.2.2 Faktoren des Konsumverhaltens
- 4.2.3 Definition des Kaufverhaltens

4.3 Der Marketingplan als Grundlage für die Marketingstrategie

- 4.3.1 Schritt 1: SWOT-Analyse
- 4.3.2 Schritt 2: Festlegung der Marketingziele
- 4.3.3 Schritt 3: Planung der Marketingstrategie
- 4.3.4 Schritt 4: Marketing-Mix
- 4.3.5 Schritt 5: Budget
- 4.3.6 Schritt 6: Kontrolle durch Marktforschung

4.4 Online-Marketing

- 4.4.1 Was ist Online-Marketing?
- 4.4.2 Elemente des Online-Marketings

Kapitel 5 - Sales

5.1 Grundlagen von Sales

- 5.1.1 Was versteht man unter dem Begriff Sales?
- 5.1.2 Abgrenzung von Marketing und Sales
- 5.1.3 Die verschiedenen Elemente von Sales

5.2 Einfluss des operativen Marketings auf Sales

- 5.2.1 Place (Distributionspolitik)
- 5.2.2 Produkt
- 5.2.3 Preis
- 5.2.4 Promotion

5.3 Salesaktivitäten

- 5.3.1 Aufbau eines Salesteams
- 5.3.2 Leitung des Salesteams
- 5.3.3 Verkaufsgespräch

Kapitel 6 - Materialwirtschaft, Logistik und Supply Chain Management

6.1 Überblick und Abgrenzung

6.2 Materialwirtschaft

- 6.2.1 Stücklisten
- 6.2.2 Bedarfsermittlung

Inhaltsverzeichnis

- 6.2.3 Teileklassifizierung
- 6.2.4 Bestellverfahren
- 6.2.5 Lieferantenmanagement

6.3 Logistiksysteme

- 6.3.1 Grundlagen und Abgrenzung
- 6.3.2 Transportsysteme
- 6.3.3 Umschlagsysteme
- 6.3.4 Lagersysteme
- 6.3.5 Kommissionierung
- 6.3.6 Logistik-Controlling
- 6.3.7 IT-Systeme in der Logistik

6.4 Supply Chain Management (SCM)

Kapitel 7 - Produktion

7.1 Grundlagen

- 7.1.1 Begrifflichkeiten
- 7.1.2 Produktionsfunktionen

7.2 Historische Entwicklung des Produktionsmanagements

7.3 Rolle der Produktion im Unternehmen

- 7.3.1 Produktionstypen
- 7.3.2 Produktionsstrategien

7.4 Produktionsprozess und -kosten

- 7.4.1 Produktionsprozess
- 7.4.2 Produktionskosten: Break-even-Analyse

7.5 Grundlagen der Lagerplanung

- 7.5.1 Lagerbestand
- 7.5.2 Bedarfsverlauf und Gütertypisierung
- 7.5.3 Lagerplanungssystem

Kapitel 8 - Finanzwirtschaft

8.1 Ursprünge und Merkmale

- 8.1.1 Geschichtliche Entwicklung
- 8.1.2 Definition
- 8.1.3 Charakteristika und Abgrenzungen

8.2 Grundlagen

Inhaltsverzeichnis

- 8.2.1 Discounting
- 8.2.2 Kredit und Anlage
- 8.2.3 Substituierung
- 8.2.4 Berechnung des Barwertfaktors

8.3 Investitionsentscheidungen

8.4 Finanzierungsentscheidungen

- 8.4.1 Interdependenzen zur Rechnungslegung und zum Jahresabschluss
- 8.4.2 Finanzplan
- 8.4.3 Optimale Bilanzsteuerung

8.5 Risikomanagement

- 8.5.1 Soll-Ist-Vergleich
- 8.5.2 Berechnung der Standardabweichung
- 8.5.3 Klassifizierung und Bewertung des Risikos

8.6 Fazit

Teil III - Unterstützende Funktionen

Kapitel 9 - Externes Rechnungswesen Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss

9.1 Einführung in das betriebliche Rechnungswesen

- 9.1.1 Aufgaben und Zwecke des betrieblichen Rechnungswesens
- 9.1.2 Teilbereiche des betrieblichen Rechnungswesens
- 9.1.3 Begriffliche Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens

9.2 Grundlagen des externen Rechnungswesens

- 9.2.1 Aufgaben des externen Rechnungswesens
- 9.2.2 Adressaten des externen Rechnungswesens
- 9.2.3 Rechtsgrundlagen des externen Rechnungswesens
- 9.2.4 Bestandteile des externen Rechnungswesens

9.3 Grundlagen der Buchführung

- 9.3.1 Konto, Sollbuchung, Habenbuchung
- 9.3.2 Arten von Geschäftsvorfällen I Bilanzbuchungen
- 9.3.3 Arten von Geschäftsvorfällen II Erfolgswirksame Buchungen in der Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)
- 9.3.4 Kontenrahmen und Organisation der Buchführung

9.4 Bilanzierung und Jahresabschluss

Inhaltsverzeichnis

9.4.1 Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung

9.4.2 Grundzüge der Bilanzierung nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften

9.4.3 Grundzüge des Jahresabschlusses

9.5 Besonderheiten des externen Rechnungswesens nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS)

9.5.1 Grundlagen der internationalen Rechnungslegung

9.5.2 Wesentliche Bilanzierungsgrundsätze nach IFRS

Kapitel 10 - Internes Rechnungswesen Kostenrechnung und Controlling

10.1 Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung

10.1.1 Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung

10.1.2 Begriffliche Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung

10.1.3 Gestaltungsvarianten der Kosten- und Leistungsrechnung

10.2 Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung

10.2.1 Vollkostenrechnung

10.2.2 Teilkostenrechnung

10.2.3 Ausblick auf weitere Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung

10.3 Grundlagen des Controllings

10.3.1 Begriffsbestimmung Controlling

10.3.2 Funktionen des Controllings

10.3.3 Abgrenzung des Controllings von anderen Unternehmensfunktionen

10.3.4 Organisation des Controllings

10.4 Darstellung grundlegender Controllingaufgaben

10.4.1 Zur Wechselwirkung zwischen Unternehmensführung und Controlling

10.4.2 Unterstützung bei der strategischen Ausrichtung des Unternehmens

10.4.3 Koordination der operativen Unternehmensplanung

10.4.4 Erstellung des Berichtswesens

10.5 Darstellung ausgewählter Controllinginstrumente

10.5.1 SWOT-Analyse

10.5.2 Durchführung von Abweichungsanalysen

10.5.3 Kennzahlen und Kennzahlensysteme

10.5.4 Balanced Scorecard als Beispiel eines integrierten Controllinginstruments

Kapitel 11 - Organisation

Inhaltsverzeichnis

- 11.1 Was ist eine Organisation im institutionellen Sinne?
- 11.2 Warum ist Organisation im Sinne von organisieren wichtig?
- 11.3 Ein historischer Überblick von institutionellen Organisationen
- 11.4 Rechtliche Eigentumsverhältnisse
- 11.5 Wer besitzt Organisationen?
- 11.6 Corporate Governance in entwickelten Kapitalmärkten
- 11.7 Aufbauorganisation
 - 11.7.1 Zentralisierung/Dezentralisierung
 - 11.7.2 Formalisierung
 - 11.7.3 Hierarchieebenen
 - 11.7.4 Idealtypische Organisationsformen
 - 11.7.5 Weitere Arten von Organisationsstrukturen
- 11.8 Organisationen und Organisationsleben
- 11.9 Erstellen und Entwickeln einer Organisationsstruktur
- 11.10 Organisationen im 21. Jahrhundert die Auswirkungen der Technologie
 - 11.10.1 Klassische IT-Systeme
 - 11.10.2 Neue Technologien und neue Arbeitsweisen in Organisationen
 - 11.10.3 Strukturierung entlang der agilen Methodik

Kapitel 12 - Human Resource Management

- 12.1 Grundlagen
 - 12.1.1 Ursprung
 - 12.1.2 Rolle im Unternehmen
- 12.2 Aufgabengebiete des Human Resource Management
 - 12.2.1 Administrative Aufgabe
 - 12.2.2 Befriedigung von Ansprüchen
 - 12.2.3 Kompetenzmanagement
- 12.3 HRM-Funktionen
 - 12.3.1 Einstellungsprozess
 - 12.3.2 Personalbewertung
 - 12.3.3 Vergütung
- 12.4 Aktuelle Trends

Kapitel 13 - Leadership

Inhaltsverzeichnis

13.1 Warum Führung in Unternehmen?

13.2 Akzeptanz, Abgrenzung und Funktion von Führung

13.2.1 Akzeptanz von Führung

13.2.2 Führungsfunktionen

13.2.3 Die Abgrenzung zwischen Unternehmens- und Mitarbeiterführung

13.3 Motivation

13.4 Führungsstile: Führung als Stil?

13.4.1 Eindimensionale Führungsstile

13.4.2 Zweidimensionaler Führungsstil: Verhaltensgitter nach Blake und Mouton

13.4.3 Dreidimensionale bzw. situative Führungsstile

13.4.4 Managementmodelle

13.5 Führung in der Praxis

13.5.1 Wie werde ich ein guter Vorgesetzter?

13.5.2 Führungserfolg messen

Die Autoren

Glossar

Register

Copyright

Copyright

Daten, Texte, Design und Grafiken dieses eBooks, sowie die eventuell angebotenen eBook-Zusatzdaten sind urheberrechtlich geschützt. Dieses eBook stellen wir lediglich als **persönliche Einzelplatz-Lizenz** zur Verfügung!

Jede andere Verwendung dieses eBooks oder zugehöriger Materialien und Informationen, einschließlich

- der Reproduktion,
- der Weitergabe,
- des Weitervertriebs,
- der Platzierung im Internet, in Intranets, in Extranets,
- der Veränderung,
- des Weiterverkaufs und
- der Veröffentlichung

bedarf der **schriftlichen Genehmigung** des Verlags. Insbesondere ist die Entfernung oder Änderung des vom Verlag vergebenen Passwort- und DRM-Schutzes ausdrücklich untersagt!

Bei Fragen zu diesem Thema wenden Sie sich bitte an: **info@pearson.de**

Zusatzdaten

Möglicherweise liegt dem gedruckten Buch eine CD-ROM mit Zusatzdaten oder ein Zugangscode zu einer eLearning Plattform bei. Die Zurverfügungstellung dieser Daten auf unseren Websites ist eine freiwillige Leistung des Verlags. **Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.** Zugangscode können Sie darüberhinaus auf unserer Website käuflich erwerben.

Hinweis

Dieses und viele weitere eBooks können Sie rund um die Uhr und legal auf unserer Website herunterladen:

<https://www.pearson-studium.de>