

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Unternehmensstrategien und Marketing	3
2.1 Märkte	3
2.1.1 Marktbeschreibung	4
2.1.2 Kundengruppenbezogene Marktdifferenzierung	5
2.1.3 Marktsegmentierung	6
2.2 Einführung und Definition des Marketingbegriffs	8
2.2.1 Historische Entwicklung des Marketings	9
2.2.2 Marketing als duales Führungskonzept	10
2.2.3 Das Marketing-Zielsystem (Zielpyramide)	11
2.2.4 Unternehmerische Planungsprozesse	14
2.3 Analyse der Ausgangssituation des Unternehmens	15
2.3.1 Bedeutung von Innovationen	17
2.3.2 Bedeutung der Stückzahl	19
2.3.3 Situationsanalyse des Unternehmens im Wettbewerb	20
2.4 Strategische Unternehmensplanung	24
2.4.1 Auswahl strategischer Geschäftsfelder	25
2.4.2 Reife des Marktes	27
2.4.3 Größe (Marktanteil, Finanzkraft) einer Unternehmung	27
2.4.4 Technische und Marktkompetenzen	28
2.4.5 Unternehmerische Stoßrichtungen	29
2.5 Strategische Marketingplanung	31
2.5.1 Wettbewerbsstrategien nach Porter	32
2.5.2 Normstrategien nach Portfolio-Analyse	34
2.5.3 Umgang mit der Konkurrenz	37
2.6 Operative Marketingplanung	40
2.6.1 Marktforschung	42
2.6.2 Produktpolitik	44
2.6.3 Preispolitik	51
2.6.4 Kommunikationspolitik	56
3 Controlling und Kosten- und Leistungsrechnung	61
3.1 Begriff des Controllings	61
3.2 Strategisches versus operatives Controlling	62
3.2.1 Controllingaufgaben und -instrumente	63
3.2.2 Controllingorganisation	68
3.3 Betriebswirtschaftliche Kennzahlen und Kennzahlensysteme	69
3.3.1 Betriebswirtschaftliche Kennzahlen	69
3.3.2 Kennzahlensysteme	74
3.4 Kosten- und Leistungsrechnung – Zielsetzungen, Aufgaben und Definition	76
3.4.1 Rechnungswesen und Zielsetzungen	76

3.4.2	Aufgaben der KLR	79
3.4.3	Definition von Kosten und Leistungen	79
3.5	Vollkostenrechnung	80
3.5.1	Kostenartenrechnung	80
3.5.2	Kostenstellenrechnung	81
3.5.3	Kostenträgerrechnung	84
3.6	Teilkostenrechnung	95
3.6.1	Einstufige Deckungsbeitragsrechnung	96
3.6.2	Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung	97
3.6.3	Relative Deckungsbeitragsrechnung	98
3.7	Moderne Kostenrechnungssysteme	100
3.7.1	Prozesskostenrechnung	100
3.7.2	Target Costing	102
4	Organisation und Projektmanagement	106
4.1	Organisation	106
4.1.1	Grundlagen und Begriffe	106
4.1.2	Aufbauorganisation	107
4.1.3	Geschäftsprozessorganisation	114
4.2	Projektmanagement	122
4.2.1	Projektmanagementprozess nach PMBOK	122
4.2.2	PRINCE2	135
5	Externes Rechnungswesen	140
5.1	Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung und Bilanzierung (GoB)	140
5.2	Rechnungslegung (externes Rechnungswesen)	142
5.3	Der Jahresabschluss und seine Bestandteile	143
5.3.1	Bilanz	143
5.3.2	Handelsbilanz	145
5.3.3	Steuerbilanz	147
5.3.4	Gewinn- und Verlustrechnung	148
5.3.5	Anhang	153
5.3.6	Lagebericht	154
5.4	Internationale Konzernrechnungslegung	155
5.5	Bewertungsgrundsätze und Bilanzpolitik	158
6	Globale Produktion und Beschaffung	164
6.1	Industrielle Produktionssysteme	164
6.1.1	Kernelemente des Toyota-Produktionssystems	164
6.1.2	Vermeidung von Verschwendungen	166
6.1.3	Kontinuierliche Verbesserung	167
6.2	Produktionsplanung	168
6.3	Charakteristika der Globalisierung	170
6.3.1	Volkswirtschaftliche Merkmale der Globalisierung	172
6.3.2	Unternehmensmerkmale der Globalisierung	174
6.4	Internationalisierung	175
6.4.1	Theorien der Globalisierung	175

6.4.2 „Going international“	177
6.4.3 „Being international“	179
6.5 Unternehmensnetzwerke	180
6.5.1 Strukturen internationaler Produktionsnetzwerke	181
6.5.2 Supply Chain Management	183
6.6 Standortanalyse	185
6.6.1 Vorgehensweisen zur Standortanalyse	185
6.6.2 Harte und weiche Standortfaktoren	188
6.6.3 Berechnung der Standortkosten	190
6.6.4 Gesamtbetrachtung im Standort-Portfolio	191
7 Vertrieb	196
7.1 Vertriebsorganisation	196
7.1.1 Absatzkanäle	197
7.1.2 Organisationsformen	199
7.2 Verkauf von Maschinen und Anlagen	202
7.2.1 Beschaffungsphasen	202
7.2.2 Macht und Vertrauen in und zwischen Organisationen	205
7.2.3 Buying Center und Selling Center	209
7.3 Persönlicher Verkauf	213
7.3.1 Psychologische Grundlagen	214
7.3.2 Käufer- und Kaufmotive	217
7.3.3 Kundentypen	218
7.3.4 Verkaufsstile	222
7.3.5 Gesprächsführung in Verhandlungen	224
7.3.6 Verhandlungsabschluss	229
7.4 Angebote und Verträge	231
7.4.1 Rechtsgrundlagen	231
7.4.2 Inhalt von Angeboten	235
7.4.3 Gestaltung von Angeboten	241
7.5 Vertriebssteuerung	242
7.5.1 Vertriebsplanung	244
7.5.2 Vertriebliche Kennzahlen	247
7.5.3 Verkaufsberichtssystem, Verkäuferbeurteilung	249
7.5.4 Messung der Kundenzufriedenheit	250
7.5.5 Selbststeuerung mit dem Vertriebstrichter	251
8 Investition und Finanzierung	256
8.1 Begriff der Investition	256
8.2 Verfahren der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung	258
8.2.1 Nutzwertanalyse	258
8.2.2 Statische Investitionsrechnungsverfahren	259
8.2.3 Dynamische Investitionsrechnungsverfahren	263
8.2.4 Praxis der Investitionsrechnung	268
8.3 Begriff der Finanzierung	268
8.4 Finanzierungsformen	270
8.4.1 Außenfinanzierung	271

8.4.2	Innenfinanzierung	273
8.5	Steuerung der Liquidität	274
8.6	Finanzanalyse	275
9	Personalmanagement	278
9.1	Strategische Einbindung des Personalmanagements	278
9.2	Funktionsbereiche des Personalmanagements	280
9.2.1	Führung	280
9.2.2	Entlohnung	282
9.2.3	Beschäftigungspolitik	286
9.2.4	Arbeitszeitmanagement	288
9.2.5	Personalentwicklung	290
9.2.6	Personal-Controlling	291
9.3	Arbeitsrecht	293
9.3.1	Individualarbeitsrecht	293
9.3.2	Kollektivarbeitsrecht	294
10	Qualitäts- und Umweltmanagement	299
10.1	Qualitätsmanagement	299
10.1.1	Ausgewählte Qualitätsmanagement-Instrumente	299
10.1.2	Qualitätsmanagementsysteme	307
10.2	Umweltmanagement	313
	Sachwortverzeichnis	318