

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
Verzeichnis der Kurzfallstudien	XI
Verzeichnis der Praktika	XI
 Operativer Teil	 1
Abschnitt I: Einleitung	3
Kapitel 1: Operative und strategische Unternehmensplanung	3
 Abschnitt II: Produktionsplanung bei festen Kapazitäten	 8
Kapitel 2: Klassifikation der Produktionssysteme	8
Kapitel 3: Belegungsplanung bei Massenfertigung: Statischer Fall	9
Kapitel 4: Belegungsplanung bei Massenfertigung: Dynamischer Fall	16
Kapitel 5: Belegungsplanung bei Einzelfertigung	23
Kapitel 6: Informationssysteme zur Steuerung der Einzelfertigung	33
Kapitel 7: Steuerung einmaliger Fertigungsprojekte	40
 Abschnitt III: Neuplanung der Produktionskapazitäten	 52
Kapitel 8: Simultane Produktions- und Kapazitätsplanung	52
Kapitel 9: Auslegungsplanung bei entkoppelter Fertigung	62
Kapitel 10: Auslegungsplanung bei Fließbandfertigung	64
Kapitel 11: Planung der Personalkapazität	66
 Abschnitt IV: Lagerhaltung	 71
Kapitel 12: Kostenoptimale Lieferbereitschaft durch modellgestützte Lagerdisposition	71
Kapitel 13: Lagerhaltungssimulation als Implementierungstest	78
Kapitel 14: Datenbeschaffung für die modellgestützte Lagerdisposition	82
 Abschnitt V: Distribution	 92
Kapitel 15: Gestaltung des Distributionsflusses bei festen Anlagen	92
Kapitel 16: Planung der distributionsrelevanten Anlagen	97
 Abschnitt VI: Absatz	 113
Kapitel 17: Klassifikation der Marketingmodelle und Ermittlung von Marktreaktionsfunktionen	113
Kapitel 18: Preisgestaltung	118
Kapitel 19: Einsatz des Vertriebspersonals	129
Kapitel 20: Werbung und Verkaufsförderung	139
Kapitel 21: Planung des „marketing mix“	150
Kapitel 22: Neugestaltung des „Vertriebssystems“	170
Kapitel 23: Produkt- und Sortimentsgestaltung	182
 Abschnitt VII: Investition	 196
Kapitel 24: Auswahl und Dimensionierung unabhängiger Projekte: Statische Modelle	196

Kapitel 25: Auswahl und Dimensionierung unabhängiger Projekte: Dynamische Modelle	213
Kapitel 26: Auswahl und Dimensionierung abhängiger Projekte	219
Abschnitt VIII: Finanzierung	226
Kapitel 27: Kostenoptimale Deckung des kurzfristigen Finanzbedarfs	226
Kapitel 28: Langfristige Finanzplanung	234
Kapitel 29: Simultane Investitions- und Finanzierungsplanung	248
Strategischer Teil	253
Abschnitt I: Strategisches Management:	
Begriff und Prozeß	255
Kapitel 1: Was ist Strategie?	255
Kapitel 2: Warum strategische Planung?	258
Kapitel 3: Strategisches Management als Prozeß	265
Abschnitt II: Planungsmethodik	270
Kapitel 4: Ist-Positionierung: Diagnostische Methoden	270
Kapitel 5: Zielplanung und Stoßrichtung	284
Kapitel 6: Strategische Alternativen: Quasi-analytische Methoden	287
Kapitel 7: Strategische Alternativen: Quantitativ-prognostische Methoden	299
Kapitel 8: EDV-Unterstützung des strategischen Managements	328
Kapitel 9: Methodische Fehlkonzeptionen	332
Abschnitt III: Unternehmensstrategie	338
Kapitel 10: Beitrag der Unternehmensleitung	338
Kapitel 11: Optimierung des bestehenden Portfolios	339
Kapitel 12: Management kritischer Ressourcen»Finanzierung	362
Kapitel 13: Aufbau neuer Geschäfte	394
Abschnitt IV: Geschäftsfeldstrategie	401
Kapitel 14: Produkt- und Preisstrategie	401
Kapitel 15: Marktstrategie, insbesondere Marktsegmentierung	408
Kapitel 16: Abschreckungs- und Eintrittsstrategien	415
Abschnitt V: Funktionale Strategien	421
Kapitel 17: Unternehmensmodelle mit größerer funktionaler Tiefe	421
Kapitel 18: Vertriebsstrategie»Absatzwege	427
Kapitel 19: Produktion»Logistik	430
Kapitel 20: Technologie»Forschung und Entwicklung	433
Anhang: Fallstudien zur strategischen Planung	438
Literaturverzeichnis	490
Sachverzeichnis	495