

Inhaltsverzeichnis

Keine Gegenindikationen außer bei unvorhergesehener letaler Reaktion auf das Produkt.

Umberto Eco, Das alte Buch und das Meer

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis	XIX
1 Wirklichkeit wirtschaftlichen Denkens und Handelns	1
1.1 Vorbemerkung	1
1.2 Praxisbeispiele	2
1.3 Ordnungsraster für die Praxisbeispiele	7
1.4 Aufgaben zu „Wirklichkeit wirtschaftlichen Denkens und Handelns“	10
2 Allgemeine Grundlagen	11
2.1 Vorbemerkung	11
2.2 Aspekte menschlichen Handelns	11
2.3 Allgemeines (wirtschaftliches) Grundwissen	15
2.4 Aufgaben zu „Allgemeine Grundlagen“	38
3 Konzepte ökonomischer Analyse	39
3.1 Merkmale und Aufgaben von Theorien	39
3.2 Abbildungstheoretische Grundlagen	43
3.3 Entscheidungstheoretische Grundlagen	49
3.4 Darstellung ausgewählter ökonomischer Theorien	54
3.4.1 Produktions-, Kosten- und Erfolgstheorie	54
3.4.2 Investitionstheorie	56

3.4.3	Industrieökonomie	56
3.4.4	Informationsökonomie	57
3.4.5	Theorie der Verfügungsrechte	60
3.4.6	Transaktionskostentheorie	61
3.4.7	Prinzipal-Agenten-Theorie	62
3.4.8	Resource-Based View	63
3.4.9	Theorie der Unternehmerfunktionen	65
3.5	Zusammenwirken von Theorien	66
3.6	Aufgaben zu „Konzepte ökonomischer Analyse“	69
4	Übergreifende Regel- und Handlungssysteme	71
4.1	Grundlagen der Führung	71
4.1.1	Handlungsfelder der Führung	71
4.1.2	Aufgaben zu „Grundlagen der Führung“	84
4.2	Ziele zeigen die Richtung	85
4.2.1	Grundlagen	85
4.2.2	Aufgaben zu „Ziele zeigen die Richtung“	91
4.3	Marketing hilft beim Tauschen	91
4.3.1	Tausch ist Teil menschlichen Daseins	91
4.3.2	Marketingbegriff	93
4.3.3	Postulate des Marketing	96
4.3.4	Perspektiven des Marketing	97
4.3.5	Gestaltungsebenen des Marketing	99
4.3.6	Marketing und ökonomische Theorien	101
4.3.7	Elemente einer Marketingkonzeption	102
4.3.8	Ausrichtung des Marketing von Institutionen	103
4.3.9	Ansätze des Marketing	105
4.3.10	Aufgaben zu „Marketing hilft beim Tauschen“	107
4.4	Strategien sind Handlungsmuster	107
4.4.1	Strategiebegriff	107
4.4.2	Regeln für die Strategieformulierung	109
4.4.3	Strategieausrichtung	110
4.5	Controlling unterstützt und ergänzt Führung	118
4.5.1	Controllingbegriff	118
4.5.2	Strategisches und operatives Controlling	120
4.5.3	Controlling und ökonomische Theorien	121
4.5.4	Controllinginstrumente - womit Controlling gemacht wird	125
4.5.4.1	Kurzdarstellung ausgewählter Controllinginstrumente	125
4.5.4.2	Systematisierungen der Controllinginstrumente	158
4.5.5	Controllingbereiche - wo Controlling tätig ist	163

4.5.6 Aufgaben zu „Controlling unterstützt und ergänzt Führung“	164
4.6 Logistik koordiniert Flüsse	165
4.6.1 Alles fließt!	165
4.6.2 Logistik gestaltet Flussysteme	166
4.6.3 Theorie der Logistik	168
4.6.4 Logistikmanagement	169
4.6.5 Subsysteme der Logistik	172
4.6.6 Aufgaben zu „Logistik koordiniert Flüsse“	173
4.7 Forschung und Entwicklung schafft Wissen	173
4.7.1 Wissen als Kern jedes Produktes	173
4.7.2 Inhalte der Forschung und Entwicklung	178
4.7.3 Management von Forschung und Entwicklung	179
4.7.4 Aufgaben zu „Forschung und Entwicklung schafft Wissen“	183
5 Beschaffung	185
5.1 Grundlagen - Merkmale der Beschaffung	185
5.1.1 Begriffe und Abgrenzungen	185
5.1.2 Aufgaben zu „Grundlagen - Merkmale der Beschaffung“	188
5.2 Ziele von Beschaffung und Beschaffungsmanagement	189
5.2.1 Darstellung der Grundlagen	189
5.2.2 Aufgaben zu „Ziele von Beschaffung und Beschaffungsmanagement“	191
5.3 Beschaffung und ökonomische Theorien	191
5.3.1 Beziege zwischen Beschaffung und ökonomischen Theorien	191
5.3.2 Aufgaben zu „Beschaffung und ökonomische Theorien“	193
5.4 Ausgangslage - Bedingungsrahmen der Beschaffung	193
5.4.1 Einflussfaktoren des Beschaffungshandelns	193
5.4.2 Aktivitätsgrad der Beschaffung	196
5.4.3 Bestimmung des Eigenproduktionsanteils	197
5.4.4 Aufgaben zu „Ausgangslage - Bedingungsrahmen der Beschaffung“	207
5.5 Produkte - Ergebnisse der Beschaffung	208
5.5.1 Produkte	208
5.5.2 Produktbündel der Beschaffung	209
5.5.3 Wichtige Instrumente	213
5.5.4 Aufgaben zu „Produkte - Ergebnisse der Beschaffung“	217
5.6 Potentiale - Eingangsgrößen der Beschaffung	217
5.6.1 Grundlagen	217
5.6.2 Beschaffungspotentiale	218
5.6.3 Auf einzelne Potentiale bezogene Überlegungen	219
5.6.4 Aufgaben zu „Potentiale - Eingangsgrößen der Beschaffung“	220

5.7	Prozesse - Ablauf der Beschaffung	221
5.7.1	Formen von Beschaffungsprozessen	221
5.7.2	Beschaffungsprozess in industriellen Institutionen	222
5.7.3	Prozessbezogene Optimierungsansätze	230
5.7.4	Aufgaben zu „Prozesse - Ablauf der Beschaffung“	232
5.8	Strategien - Handlungsprogramme der Beschaffung	233
5.8.1	Strategie und Beschaffungskonzeption	233
5.8.2	Strategiebildung und Typen von Strategien	235
5.8.3	Aufgaben zu „Strategien - Handlungsprogramme der Beschaffung“	243
6	Produktion	245
6.1	Grundlagen - Merkmale von Produktion	245
6.1.1	Begriffe	245
6.1.2	Aufgaben zu „Grundlagen - Merkmale von Produktion“	248
6.2	Ziele von Produktion und Produktionsmanagement	249
6.2.1	Darstellung der Grundlagen	249
6.2.2	Aufgaben zu „Ziele von Produktion und Produktionsmanagement“	252
6.3	Produktion und ökonomische Theorien	253
6.3.1	Überblick	253
6.3.2	Aufgaben zu „Produktion und ökonomische Theorien“	254
6.4	Produkte - Ergebnisse der Produktion	254
6.4.1	Produkte der Produktion	254
6.4.2	Aufgaben zu „Produkte - Ergebnisse der Produktion“	257
6.5	Potentiale - Eingangsgrößen der Produktion	257
6.5.1	Strategische und operative Potentialgestaltung	257
6.5.2	Potential Material	258
6.5.3	Potential Mensch	259
6.5.4	Potential Anlagen	264
6.5.5	Potential Organisation	267
6.5.6	Potential Wissen	269
6.5.7	Aufgaben zu „Potentiale - Eingangsgrößen der Produktion“	269
6.6	Prozesse - Ablauf der Produktion	270
6.6.1	Prozesse	270
6.6.2	Planung der Produktion	272
6.6.3	Prozessmanagement	273
6.6.4	PPS-Systeme	277
6.6.5	Aufgaben zu „Prozesse - Ablauf der Produktion“	281
6.7	Strategien - Handlungsprogramme der Produktion	282
6.7.1	Produktionsstrategie	282

6.7.2	Entwicklung von Produktionsstrategien	282
6.7.3	Implementierung von Produktionsstrategien	287
6.7.4	Lean Production als umfassende Produktionsstrategie	287
6.7.5	Aufgaben zu „Strategien - Handlungsprogramme der Produktion“	290
7	Absatz	291
7.1	Grundlagen - Merkmale des Absatzes	291
7.1.1	Begriffe	291
7.1.2	Aufgaben zu „Grundlagen - Merkmale des Absatzes“	293
7.2	Absatz und ökonomische Theorien	293
7.2.1	Grundlagen	293
7.2.2	Aufgaben zu „Absatz und ökonomische Theorien“	294
7.3	Ausgangslage - Bedingungsrahmen des Absatzes	294
7.3.1	(Strategische) Ausgangslage und Entwicklung	294
7.3.2	Elementspezifische Betrachtungen	296
7.3.3	Aufgaben zu „Ausgangslage - Bedingungsrahmen des Absatzes“	300
7.4	Ziele von Absatz und Absatzmanagement	301
7.4.1	Darstellung der Grundlagen	301
7.4.2	Aufgaben zu „Ziele von Absatz und Absatzmanagement“	303
7.5	Produkte - Ergebnisse des Absatzes	303
7.5.1	Grundlagen	303
7.5.2	Aufgaben zu „Produkte - Ergebnisse des Absatzes“	305
7.6	Potentiale - Eingangsgrößen des Absatzes	306
7.6.1	Grundlagen	306
7.6.2	Aufgaben zu „Potentiale - Eingangsgrößen des Absatzes“	307
7.7	Prozesse - Ablauf des Absatzes	308
7.7.1	Grundlagen	308
7.7.2	Aufgaben zu „Prozesse - Ablauf des Absatzes“	308
7.8	Strategien - Handlungsprogramme des Absatzes	309
7.8.1	Strategie und Marketinginstrumente	309
7.8.2	Leistung	310
7.8.2.1	Produkt	310
7.8.2.2	Programm	314
7.8.2.3	Distribution	319
7.8.2.4	Kommunikation	321
7.8.2.5	Finanzierung	328
7.8.2.6	Kundendienst	328
7.8.3	Gegenleistung	329
7.8.4	Kontrahierung	334
7.8.5	Absatzmarketing-Mix	335

7.8.6 Aufgaben zu „Strategien - Handlungsprogramme des Absatzes“	338
8 Integration von Beschaffung, Produktion und Absatz	341
8.1 Integration	341
8.2 Integrationsmodell	342
8.3 Ausgewählte Integrationsfelder	346
8.3.1 Innovation	346
8.3.2 Identität	351
8.3.3 Total Quality Management	354
8.3.4 Umweltmanagement	355
8.3.5 Markenführung	357
8.3.6 E-Business	358
8.3.7 Wissensmanagement	359
8.4 Unternehmer als Integrator	361
8.5 Aufgaben zu „Integration von Beschaffung, Produktion und Absatz“	362
Literaturverzeichnis	363
Stichwortverzeichnis	391