

Inhaltsverzeichnis

1. Fach – Unternehmensführung	13
1. <i>Selbständigkeit – Geschäftsidee – Businessplan</i>	14
<i>Gründungsphasen</i>	14
1.1 Unternehmenskonzept	14
1.2 Businessplan qualitativ	17
1.3 Businessplan quantitativ	21
2. <i>Besonderheiten Übernahme</i>	23
2.1 Vor- und Nachteile	23
2.2 Informationsquellen	23
2.3 Formen der Übernahme	23
2.4 Unternehmensbewertung	24
2.5 Kauf oder Pacht	24
3. <i>Eignung zur Selbstständigkeit</i>	25
3.1 Voraussetzungen	25
3.2 Anmeldungen und Genehmigungen	25
4. <i>Chancen und Risiken von Selbstständigkeit</i>	26
4.1 Vor- und Nachteile	26
4.2 Chancen unternehmerischen Handelns	26
4.3 Risiken einer selbständigen Existenz	26
4.4 Berufliche Selbstständigkeit und Privatleben	27
5. <i>Managementaufgaben:</i>	28
5.1 Integrierte Unternehmensführung	28
5.2 Zielbildung	29
5.3 Strategische Unternehmensplanung	32
5.4 operative Entscheidungen	34
5.5 Planungs- und Kontrollrechnung	35
6. <i>Unternehmensorganisation</i>	36
6.1 Ziele und Aufgaben der Organisation	36
6.2 Analyseinstrumentarium	37
6.3 Aufbauorganisation	38

6.4 Ablauforganisation	42
6.5 Informationsorganisation	43
6.6 Instrumente der Organisationen	46
7. Angewandte Kosten- und Leistungsrechnung	48
7.1 Stellung der Kostenrechnung	48
7.2 Begriffe des betrieblichen Rechnungswesens	48
7.3 Kostenrechnungssysteme	49
7.4 Kostenartenrechnung	50
7.5 Kostenstellenrechnung	53
7.6 Kostenträgerrechnung	56
7.7 Teilkostenrechnungssysteme	59
7.8 Plankostenrechnung	62
8. Controllinginstrumente	63
8.1 Controlling als Instrument der Unternehmenssteuerung	63
8.2 Steuerungsinstrumente	65
8.3 Controllingkonzepte	67
9. Finanzierung	68
9.1 Finanzwirtschaftliche Zielsetzung im Unternehmen	68
9.2 Finanzierung	69
10. Rechtliche Grundlagen	76
10.1 steuerrechtliche Grundsätze	76
10.2 Vertragsrecht	80
10.3 Wettbewerbsrecht	81
10.4 Arbeitsrecht	82
10.5 Haftung	87
10.6 Liquidation	90
10.7 Insolvenz und Insolvenzplan	91
11. Qualitätsmanagement	92
11.1 Ziele und Aufgaben	93
11.2 Auditierung und Zertifizierung eines QM-Systems	94
11.3 Total-Quality-Management	95
11.4 Wechselwirkungen mit anderen Managementsystemen	95
12. Umweltmanagement	97
12.1 Normativer Rahmen	97
12.2 Strategisches und operatives Umweltmanagement	98

1. Fach – Unternehmensführung

2. Fach - Handelsmarketing	99
<i>0. Grundbegriffe</i>	<i>100</i>
<i>1 Handelsentwicklungen</i>	<i>102</i>
1.1 Entwicklung vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt	102
1.2 Dynamik der Betriebsformen des Einzel-und Großhandels	102
<i>2. Kooperationen</i>	<i>107</i>
2.1 Ziele von Kooperationen	107
2.2 Erfolgsfaktoren für Kooperationen	108
<i>3. Marktanalyse, Marktstrategien</i>	<i>109</i>
3.1 Aufgaben der Marktforschung	109
3.2 Marktanalysen	113
3.3 Ausgewählte Methoden der Marktanalyse	115
3.4 Marketingstrategien	117
<i>4. Standort-Marketing</i>	<i>121</i>
4.1 Standortentscheidungen	121
4.2 Kriterien und Methoden	121
4.3 Veränderung der Standorte	124
<i>5. Zielgruppenmarketing</i>	<i>125</i>
5.1 Marktsegmentierung	125
5.2 Marktsegmentierungskriterien	125
5.3 Direkte Zielgruppenansprache	125
<i>6 Sortimentssteuerung</i>	<i>126</i>
6.1 Ziele und Aufgaben der Sortimentspolitik	126
6.2 Einflussfaktoren der Sortimentsbildung	127
6.3 Gestaltungsvarianten innerhalb der Sortimentspolitik	128
6.4 Produktlebenszyklus	132
6.5 Sortimentspolitische Maßnahmen	133
<i>7. Verkaufskonzepte und Service</i>	<i>134</i>
7.1 Verkaufskonzepte im Einzelhandel	134
7.2 Verkaufskonzepte im Großhandel	135
7.3 Servicepolitik	135
<i>Exkurs: Distributionspolitik</i>	<i>136</i>

8. Verkaufsflächengestaltung und Warenpräsentation	139
8.1 Visual Merchandising	139
8.2 Handlungsfelder des Visual Merchandising	139
8.3 Zusammenarbeit im Bereich visuelles Marketing	140
9. Werbung, Verkaufsförderung	141
9.1 Werbung	141
9.2 Verkaufsförderung	145
9.3 Werbeerfolgskontrolle	146
10. Öffentlichkeitsarbeit	147
10.1 Ziele und Zielgruppen der PR	147
10.2 externe Kommunikation	148
10.3 interne Kommunikation	149
10.4 Verhalten im Krisenfall	149
11. Zusammenwirken der Marketinginstrumente	150
11.1 Marketingmix	150
11.2 Marketinginstrumente Kundengewinnung	151
11.3 Marketinginstrumente im CRM	151
12. E-Commerce, E-Business	152
12.2 online-Vertrieb	152
12.3 Instrumente der Kundenbindung	152
13. Controlling	153
13.1 Kontrollsysteme in der Unternehmung	153
13.2 Marketing Controlling	153
14. Wettbewerbsrecht	155
14.1 Aufgaben und Rechtsquellen	155
14.2 Wettbewerbsbeschränkungen	155
14.3 Unlauterer Wettbewerb	156
3. Fach – Führung und Personalmanagement	159
1. Führungsgrundsätze und Führungsmethoden	160
1.1 Ziele und Aufgaben der Personalführung	160
1.2 Führungsmethoden	162
2. Personalpolitik	166
2.1 Grundsätze und Ziele der Personalpolitik	166

1. Fach – Unternehmensführung

2.2 Personalmanagement	167
3. <i>Psychologische Grundlagen</i>	169
3.1 Anforderungen an Führungskräfte	169
3.2 Mitarbeiter im Prozess der Führung und Zusammenarbeit	170
3.3 Einflussnahme der Führung	172
4. <i>Beurteilungsgrundsätze</i>	173
4.1 Ziele und Aufgaben der Personalbeurteilung	173
4.2 Beurteilungsgespräche	177
4.3 rechtliche Bestimmungen	177
5. <i>Personalbedarfs-, Personalkosten-und Personaleinsatzplanung</i>	178
5.1 Ziele und Aufgaben der Personalplanung	178
5.2 Personalplanung im gesamtbetrieblichen Planungsgeschehen	179
5.3 Personalkostenplanung als Analyse- und Steuerungsinstrument	180
5.4 Ziele und Aufgaben der Personaleinsatzplanung	180
6. <i>Organisations -und Personalentwicklung</i>	181
6.1 Begriffsabgrenzung	181
6.2 Systematische Entwicklung von Mitarbeitern	183
6.3 Ausbildung als Grundlage der Personalentwicklung	184
6.4 Bedarfs- und zielgruppengerechte Weiterbildung	188
6.5 Laufbahnbezogene Personalentwicklung	190
7. <i>Personalmarketing</i>	192
7.1 Ziele und Konzepte	192
7.2 Personalbedarf	193
7.3 Innerbetriebliche und außerbetriebliche Personalbeschaffung	194
7.4 Personalauswahl	195
8. <i>Controlling</i>	197
8.1 Ziele des Personalcontrollings	197
8.2 Datenmaterial für das Personalcontrolling	197
8.3 Qualitative Aspekte des Personalcontrolling	198
8.4 Balanced Scorecard	198

9. Entgeltsysteme	199
9.1 Grundsätze der Entgeltfindung	199
9.2 Entgeltformen	200
9.3 Freiwillige soziale Leistungen	201
10. Konfliktmanagement	202
10.1 Formen und Ursachen von Konflikten	202
10.2 Formen und Folgen kooperativen und un-kooperativen Verhaltens	204
10.3 Konstruktive Verhandlungsregeln	205
11. Planung und Steuerung von Arbeits- und Projektgruppen	206
11.1 Handlungsfähigkeit von Teams	206
11.2 Teambesprechungen	206
11.3 gruppendynamische Prozesse	207
11.4 Projektmanagement	207
12. Arbeitsrechtliche Bestimmungen	211
12.1 Auswählen und Einstellen von Mitarbeitern	211
12.2 Betriebsverfassungsgesetz und Tarifrecht	214
12.3 Arbeitsschutzbestimmungen und Arbeitszeitgesetz	215
12.4 Rechtsgrundlagen zur Beendigung von Arbeits- und Ausbildungsverhältnis	217
13. Moderation- und Präsentationstechniken	219
13.1 Moderation	219
13.2 Präsentation	221
4. Fach - Volkswirtschaft	225
0. Grundbegriffe	226
1 Markt und Preis	228
1.1 Markt-Preis-Modell der vollständigen Konkurrenz	228
1.2 Anbieter- und Nachfragerverhalten	229
1.3 Prozesse und Funktionen der Preisbildung	232
1.4 Staatliche Eingriffe in Preisbildungsprozesse	235
1.5 Angebots- und Nachfrageelastizitäten	236
2. Wettbewerb	238
2.1 Auswirkungen unterschiedlicher Wettbewerbssituationen	

1. Fach – Unternehmensführung

	240
2.2 Produktzyklus und Marktformen	241
3. <i>Wachstum und Konjunktur</i>	242
3.1 Wirtschaftliche Entwicklung	242
3.2 Stabilitätspolitik	248
4. <i>Wirtschaftspolitische Steuerungsinstrumente</i>	253
5. <i>Außenwirtschaft</i>	254
5.1 Außenwirtschaftliche Entwicklungen und mögliche Auswirkungen	254
5.2 Internationalisierung der Wirtschaftsbeziehungen	255
5. Fach: Beschaffung und Logistik	259
1. <i>Beschaffungspolitik</i>	260
1.1 Ziele und Aufgaben der Beschaffungspolitik	260
1.2 Organisationsformen des Beschaffungsprozesses	261
1.3 Beschaffungsprozess	262
1.4 E-Business	269
2. <i>Gestaltung des Waren- und Datenflusses</i>	270
2.1 Efficient Consumer Response	270
2.2 Basisstrategien von ECR	271
3. <i>Wertschöpfungskette (Supply Chain Management)</i>	272
3.1 Ziele und Aufgaben	272
3.2 Bereiche	272
4. <i>Transport</i>	275
4.1 Transportprozess	275
4.2 Logistikprozess	277
4.3 Transportkosten	278
5. <i>Lagerwirtschaft</i>	279
5.1 Bestimmungsgründe für Lagerhaltung	279
5.2 Lagerorganisation	280
5.3 Lagerbestands- und Lagerverbrauchsrechnung	282
5.4 Kosten der Lagerhaltung	283
6 <i>Controlling</i>	284

6.1 Ziele	284
6.2 Instrumente	284
6.3 Kennzahlen	285
<i>7. Relevante Rechtsbestimmungen</i>	<i>287</i>
7.1 Rechtliche Rahmenbedingungen	287
7.2 Vertrags- und Leistungsstörungen	289
7.3 AGB-Recht	291
7.4 Allgemeine deutsche Speditionsbedingungen (ADSp)	291
7.5 Incoterms	292
<i>8. Entsorgung</i>	<i>293</i>
8.1 Bedeutung der Abfallwirtschaft	293
8.2 Objekte der Entsorgung	294
8.3 Formen der Entsorgung	296
<i>Stichwortverzeichnis</i>	<i>297</i>