

Inhalt

Einleitung	8
DER AUFBAU VON UNTERNEHMEN	10
Rechtsformen	12
Einzel- und kleine Unternehmen	14
Beschränkte Haftung	16
Privateigentum oder Aktiengesellschaft	18
Multinationale Konzerne	20
Franchise-Unternehmen	22
Gemeinnützigkeit	24
Start-up-Unternehmen	26
Vom Konzept zur Gründung	28
Start-up-Varianten	30
Businessplan	32
Finanzierung	34
Business-Acceleratoren und -Inkubatoren	38
Kauf und Verkauf	40
Fusionen und Übernahmen	42
Spaltungen	44
Vertikale und horizontale Integration	46
Management-Buy-in oder -Buy-out	48
Funktionen im Unternehmen	50
Aufsichtsrat	52
Hierarchieebenen	56
Interessengruppen	60
Unternehmenskultur	64

FINANZEN IN UNTERNEHMEN

98

Unternehmensstrukturen	66	Rechnungswesen	100
Abteilungsstruktur	68	Der Buchungskreislauf	102
Bereichsstruktur	70	Finanzdokumente	104
Matrixstruktur	72		
Netzwerkstruktur	74	Finanzbuchführung	110
Teamstruktur	76	Internationale Standards	112
		bei der Rechnungslegung	112
		Gewinn- und Verlustrechnung	114
		Bilanz	116
		Kapitalflussrechnung	120
		Ökologische Buchhaltung	122
		Abschreibungen	124
		Immaterielle Güter und Rohstoffe	128
Personalwesen	78	Controlling	130
Der Human-Resources-Management-Zyklus	80	Kapitalfluss	132
Stellenausschreibung und Auswahl	82	Budgets	136
Leistungsbeurteilung	84	Vermögenswerte	138
Motivation und Belohnung	86	Kosten	140
Führungsstrategien und Führungsstile	88	Kalkulation und Preisgestaltung	142
Maßnahmen zum Aufbau guter Teams	90		
Beziehungen und Kommunikation	92	Leistungsmessung	144
Projektmanagement	94	Leistungskennzahlen	146
Verhandlungsstrategien	96	Finanzkennzahlen	148
		Prognosen	150
		Aufdecken von Betrug	152
		Finanzmittel und Kapital	154
		Interne Finanzmittel	156
		Externe Finanzmittel	158
		Börsengang	160
		Aktien und Dividenden	164
		Der Kapitalmarkt	170
		Fremdkapital und finanzielles Risiko	174

MARKETING UND VERTRIEB 176

Marketing-Mix	178	Inbound-Marketing	220
Produkt	180	Outbound- gegen Inbound-Marketing	222
Produktpositionierung	182	Blogs	224
Produktlebenszyklus	184	Social-Media-Marketing	228
Preis	186	Suchmaschinenoptimierung	230
Platzierung	188		
Promotion	190		
Marktforschung	192		
Marktsegmentierung	194		
Absatzmethoden	196	Geschäftsentwicklung	232
Nische oder Masse	198	Branding und Rebranding	234
Bewährtes Marketing	200	Adressgenerierung	236
Digitales Marketing	202	Lead-Konvertierung	238
Engagement-Marketing	204	Kundenbindung	240
Sensorik-Marketing	206	Return on Marketing Investment	242
Beziehungsmarketing	208	Intellektuelles Kapital	244
Outbound-Marketing	210	Informationsmanagement	246
Traditionelle Werbung	212	Business-Intelligence	248
Werbung im Internet	214	Business-Analytics	250
Direktwerbung	216	Marketing und IT	252
Telemarketing	218	Sammeln von Verbraucherdaten	254
		Data-Warehouse	256
		Kundenprofile	258
		Big Data	262
		Customer-Relationship-Management	264
		Gesetze und Vorgaben	266

BETRIEBSABLÄUFE UND PRODUKTION	268	Informationen zu
		Deutschland 336
		Register 344
		Dank 351
Fertigung und Produktion	270	
Einzelanfertigung	272	
Chargenproduktion	274	
Serienproduktion	276	
Massenanpassung	278	
Dauerproduktion	280	
Hybridverfahren	282	
Management	284	
Größenvorteile und Größennachteile	286	
Lean Production	288	
Just in time	290	
Total-Quality-Management	292	
Management auf Zeitbasis	294	
Agile Produktion	296	
Kaizen	298	
Produkt	300	
Entwicklung eines neuen Produkts	302	
Innovation und Erfindungsgeist	304	
Design	306	
Qualitätsmanagement	308	
Produkt-Prozess-Matrix	310	
Kontrolle	312	
Kapazitätsmanagement	314	
Inventar	316	
Qualitätskontrolle	318	
Six Sigma	320	
Lieferkette	322	
Wertschöpfungskette	324	
Outsourcing	326	
Offshoring	328	
Rücknahmekette	330	
Benchmarking	332	
Corporate Social Responsibility	334	