

Inhalt

Vorwort

Grundlagen der Betriebswirtschaft	1
1 Der Betrieb als wirtschaftliches und soziales System	1
1.1 Aufbau eines Industriebetriebs	2
1.2 Betriebliche Ziele	3
1.3 Anspruchsgruppen und ihre Interessen	6
2 Grundsatzfragen der Unternehmensgründung	8
2.1 Die Gründung – Voraussetzungen und Motive	9
2.2 Wahl des betrieblichen Standorts	10
2.3 Wahl der Rechtsform	12
2.4 Aspekt der Finanzierung	15
2.5 Aufbau- und Ablauforganisation	16
3 Der Mitarbeiter im Unternehmen	19
3.1 Personalstruktur und Aufgabenbereiche	19
3.2 Personalbedarf und -beschaffung	19
3.3 Personalauswahl	21
3.4 Personaleinsatz	22
 Materialwirtschaft	 29
1 Aufgaben und Ziele	29
2 Der Materialbedarf	30
2.1 Ermittlung des Bestellzeitpunkts	31
2.2 ABC-Analyse	32
2.3 Angebotsvergleich und -entscheidung	33
2.4 Die optimale Bestellmenge	34
2.5 Das Just-in-time-System	35
2.6 Ökologische Aspekte der Bestellung	36
3 Wareneingang und Lagerung	37
3.1 Wareneingangskontrolle	37
3.2 Lagerarten	38
3.3 Kennzahlen der Lagerhaltung	39
4 Zahlungsabwicklung	41

Produktionswirtschaft	43
1 Planung des Produktionsprogramms	43
2 Fertigungsverfahren und -typen	45
2.1 Fertigungsverfahren	45
2.2 Fertigungstypen	47
3 Der Mitarbeiter im Produktionsprozess	48
4 Produktions- und Kostentheorie	50
4.1 Produktionsfunktionen	50
4.2 Grundbegriffe der Kostentheorie	51
4.3 Ertragsgesetz	55
4.4 Lineare Kosten- und Erlösfunktion	56
4.5 Verbrauchsfunktionen	58
4.6 Einflussfaktoren auf Kosten und Anpassung	59
4.7 Nutz- und Leerkosten	61
5 Qualitätsmanagement	62
6 Optimierung der Produktion	64
 Finanzwirtschaft	 67
1 Investition	67
1.1 Ziele und Arten von Investitionen	67
1.2 Qualitative und quantitative Bewertung	68
1.3 Nachhaltiges Investment	69
2 Finanzierung	71
2.1 Finanzierungsziele	72
2.2 Kreislauf finanzieller Mittel	73
2.3 Finanzierungsarten im Überblick	74
2.4 Außenfinanzierung	75
2.5 Innenfinanzierung	76
2.6 Sonderformen der Finanzierung	79

Absatzwirtschaft/Marketing	83
1 Markt	83
1.1 Marktbegriff und Marktformen	83
1.2 Wandel vom Verkäufer- zum Käufermarkt	84
2 Marketing	85
2.1 Marktforschung und -entwicklung	85
2.2 Strategisches und operatives Marketing	89
2.3 Produktpolitik	90
2.4 Kontrahierungspolitik	93
2.5 Distributionspolitik	97
2.6 Kommunikationspolitik	100
3 Einflussfaktoren auf eine effiziente Marketing-Strategie	104
3.1 Der Produktlebenszyklus	104
3.2 Marktanteils-Marktwachstums-Portfolio	105
 Unternehmensführung und Management	 109
1 Unternehmensleitbild	113
2 Corporate Identity	115
3 Motivationstheorien.....	116
3.1 Zielsetzungstheorie	117
3.2 Zwei-Faktoren-Theorie	118
4 Managementmodelle	118
4.1 Scientific Management	119
4.2 Human-Relations-Bewegung	119
4.3 Human Resources-Ansatz	120
5 Change Management	121
5.1 Ursachen von Veränderungsprozessen	123
5.2 Konsequenzen für Unternehmensplanung und -steuerung	124

Controlling	129
1 Aufgaben des Controllings	129
2 Strategisches und operatives Controlling	131
2.1 Strategisches Controlling	131
2.2 Operatives Controlling	131
2.3 Kennziffern des operativen Controllings	133
3 Balanced Scorecard	136
3.1 Finanzen	137
3.2 Kunden	139
3.3 Interne Prozesse	140
3.4 Mitarbeiter	141
4 Controlling zur Optimierung der Wertschöpfungskette	143
4.1 Beschaffungscontrolling	143
4.2 Produktionscontrolling	144
4.3 Absatzcontrolling	145
5 Öko-Controlling	146
Stichwortverzeichnis	149