

Inhalt

Vorwort

Strategien und Hinweise zum Lösen von Prüfungsaufgaben	1
1 Anforderungen und Operatoren in Prüfungsaufgaben	1
2 Wichtige Arbeitstechniken	3
2.1 Arbeiten mit Texten	3
2.2 Interpretation von Tabellen und Grafiken	3
2.3 Interpretation von Karten	5
2.4 Interpretation von Karikaturen	6
2.5 Erstellen von Grafiken	8
2.6 Arbeiten mit Modellen	10
2.7 Gestaltende Problemlösung	12
Wirtschaftliches Handeln im Sektor Unternehmen – Grundlagen	13
1 Betriebliche und volkswirtschaftliche Produktionsfaktoren	13
2 Betrieblicher Leistungsprozess	16
2.1 Grundfunktionen	16
2.2 Querschnittsfunktionen	22
3 Betriebliche Organisation	31
3.1 Unternehmensführung/Management	31
3.2 Unternehmensorganisation	34
4 Existenzgründungen	40
4.1 Unternehmensgründungen in Deutschland	40
4.2 Rechtliche Rahmenbedingungen und Anforderungen an den Unternehmensgründer	43
4.3 Geschäftsidee und Businessplan	47
4.4 Rechtsform	49
4.5 Gründungsfinanzierung	58
4.6 Standortwahl	61
4.7 Bedeutung der Unternehmerpersönlichkeit	65
5 Vereinbarkeit von Unternehmenszielen und -verantwortung	71
5.1 Unternehmensziele	71
5.2 Unternehmerische Verantwortung	73
Wirtschaftliches Handeln im Sektor Unternehmen – Marketing	85
1 Grundlagen des Marketings	85
2 Absatz und Marketing	89

3	Marketinginstrumente	94
3.1	Produkt- und Sortimentspolitik	96
3.2	Preis- und Konditionenpolitik	100
3.3	Distributionspolitik	103
3.4	Kommunikationspolitik	104
4	Möglichkeiten und Grenzen der Beeinflussung des Verbraucherverhaltens	109
4.1	Die Rolle des Verbrauchers am Markt	110
4.2	Verbraucherpolitik in Deutschland	111
4.3	Bewertung und Einordnung von Verbraucherschutzmaßnahmen	114
	Wirtschaftliches Handeln im Sektor Ausland	119
1	Weltwirtschaftliche Entwicklung	119
1.1	Indikatoren des weltweiten Strukturwandels	120
1.2	Ursachen und Rahmenbedingungen	124
2	Strukturmerkmale der Globalisierung	132
2.1	Statistische Erfassung	132
2.2	Internationalisierung der Produktion und internationale Arbeitsteilung	134
2.3	Gütermarkt	137
2.4	Dienstleistungsmarkt	139
2.5	Finanzmarkt	141
2.6	Arbeitsmarkt	148
2.7	Regionalisierung	151
3	Die Rolle der Global Players	155
3.1	Arten von Global Players	156
3.2	Zunehmende Bedeutung des Dienstleistungssektors	159
3.3	Global Players in der Kritik	159
4	Aussagekraft theoretischer Erklärungsansätze für den internationalen Handel	162
4.1	Klassische Außenhandelstheorien	162
4.2	Moderne Erklärungsansätze	164
4.3	Freihandel vs. Protektionismus	165
	Lösungen	171
	Stichwortverzeichnis	211
	Literatur	214
	Bild- und Textnachweis	215