

Inhalt

I	Einführung und Grundlagen	1
1	Wirtschaft und ihre Elemente.....	1
1.1	Markt – Bedürfnis, Bedarf, Nachfrage, Angebot.....	1
1.2	Wirtschaft, Wirtschaftsgüter und ökonomisches Prinzip	3
1.3	Wirtschaftseinheiten: Haushalt und Unternehmen.....	5
2	Das Unternehmen als Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre.....	8
2.1	Das Unternehmen als System	8
2.2	Die Umwelt des Unternehmens.....	8
2.3	Das Unternehmen aus funktioneller, institutioneller, prozessorientierter, genetischer und theoretischer Sicht	10
2.4	Typologisierung von Unternehmen	15
2.4.1	Gewinnorientierung.....	15
2.4.2	Branche	16
2.4.3	Unternehmensgröße.....	16
2.4.4	Technisch-ökonomische Struktur.....	17
2.4.5	Phase im Lebenszyklus	18
II	Konstitutive Entscheidungen	20
1.1	Wahl der Rechtsform	20
1.1.1	Einzelunternehmung.....	22
1.1.2	Personengesellschaften	22
1.1.1	Kapitalgesellschaften	24
1.1.2	Ausgewählte Misch- und Sonderformen	27
1.1.3	Mitbestimmung und Rechtsform	28
1.2	Wahl des Standortes	30
1.3	Unternehmensverbindung.....	33
III	Unternehmensführung und -planung.....	36
1	Grundlagen	36
1.1	Unternehmen, Management und Manager	36
1.2	Der Umsatzprozess in einem Industrieunternehmen	37
2	Unternehmensführung, Planung und Entscheidung: Der Managementprozess	39
2.1	Definition der Geschäftsfelder und Festlegung der strategischen Ausrichtung	41
2.2	Durchführung der Analyse	43
2.2.1	Bestimmung und Erhebung des Informationsbedarfs	43
2.2.2	Anwendung ausgewählter Analyseinstrumente	46
2.3	Festlegung der Unternehmensziele	51
2.4	Bestimmung der Strategien	52
2.5	Planung, Entscheidung und Aufgabenübertragung von Maßnahmen.....	54
2.5.1	Planung	54
2.5.2	Entscheidung.....	56
2.5.3	Aufgabenübertragung.....	58
2.6	Kontrolle	62
IV	Marketingmanagement	64
1	Grundlagen	64
2	Marktforschung	68
2.1	Arten der Marktforschung	68
2.2	Phasen des Marktforschungs-Prozesses	74
3	Marketingstrategien	76

4	Marketing-Mix	80
4.1	Produkt- und Leistungs politik	80
4.2	Preis-/Kontrahierungs- und Konditionen politik	84
4.3	Distributions politik	90
4.4	Kommunikations politik	93
V	Beschaffungsmanagement und Materialwirtschaft	96
1	Grundlagen	96
2	Beschaffungsmarketing	99
2.1	Beschaffungsmarktforschung	99
2.2	Beschaffungspolitische Instrumente	101
3	Beschaffungs- und Lagerplanung	104
3.1	Beschaffungsarten	104
3.2	Planungs- und Entscheidungsinstrumente	104
3.3	Ermittlung des Materialbedarfs	108
3.4	Bestellplanung	109
VI	Produktionsmanagement	114
1	Grundlagen	114
1.1	Festlegung des Produktionsprogramms	115
1.2	Festlegung der Produktionsmenge	116
1.3	Festlegung des Fertigungstyps	117
1.4	Festlegung des Fertigungsprinzips	117
2	Planung und Kontrolle des Produktionsablaufs	121
2.1	Erstellen einer Stückliste	121
2.2	Zeitplanung	123
2.3	Kapazitätsplanung	125
2.4	Kostenplanung	125
2.5	Fertigung	125
2.6	Kontrolle	127
VII	Rechnungswesen und Controlling	129
1	Grundlagen	129
2	Externes Rechnungswesen	133
2.1	Jahresabschluss	133
2.1.1	Bilanz	133
2.1.2	Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)	135
2.1.3	Anhang und Lagebericht	136
2.2	Konzernabschluss	137
2.3	Internationale Rechnungslegung	138
3	Internes Rechnungswesen	140
3.1	Kosten- und Leistungsrechnung	140
3.1.1	Kostenartenrechnung	141
3.1.2	Kostenstellenrechnung	142
3.1.3	Kostenträgerrechnung	144
3.2	Kostenrechnungssysteme	148
VIII	Finanzierung	151
1	Grundlagen	151
2	Finanzplanung	156
2.1	Kapitalbedarfsrechnung	156
2.2	Finanzpläne	157
3	Finanzkontrolle	161
3.1	Statische Finanzkontrolle	161

3.2	Dynamische Finanzkontrolle.....	164
4	Budgetierung	166
5	Außenfinanzierung	168
5.1	Fremd- bzw. Kreditfinanzierung	168
5.2	Beteiligungsfinanzierung.....	170
6	Innenfinanzierung.....	172
IX	Investition	174
1	Grundlagen	174
2	Investitionsrechenverfahren.....	177
2.1	Statische Verfahren der Investitionsrechnung	177
2.2	Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung	182
X	Personalmanagement.....	186
1	Grundlagen	186
2	Personalbedarfsermittlung	186
2.1	Ermittlung des quantitativen Personalbedarfs	187
2.2	Ermittlung des qualitativen Personalbedarfs.....	188
3	Personalbeschaffung	188
4	Personaleinsatz.....	190
5	Personalmotivation.....	190
6	Personalentwicklung.....	192
7	Personalfreisetzung	192
XI	Organisation.....	195
1	Grundlagen	195
2	Aufbauorganisation	197
2.1	Strukturierungsprinzipien	199
2.2	Leitungsprinzipien.....	200
2.3	Aufteilung der Entscheidungskompetenzen	202
2.4	Funktionale Organisation.....	202
2.5	Divisions-/Spartenorganisation.....	203
2.6	Matrixorganisation	204
2.7	Zusammenfassung	205
3	Ablauforganisation	206
4	Organisationsinstrumente.....	206
XII	Fallstudie BEST-TENT Outdoor OHG	210
1	Einführung	210
2	Der Gesamtmarkt	210
3	Das Unternehmen BEST-TENT Outdoor OHG	211
4	Aufgaben.....	213
4.1	Grundlagen	213
4.2	Konstitutive Entscheidungen	214
4.3	Unternehmensführung und -planung	216
4.4	Marketingmanagement	218
4.5	Beschaffungsmanagement und Materialwirtschaft	219
4.6	Produktionsmanagement	220
4.7	Rechnungswesen und Controlling	221
4.8	Finanzierung	223
4.9	Investition	224
4.10	Personalmanagement.....	225
4.11	Organisation.....	226

XIII Projekt "Real Case" - "Mein" Unternehmen	227
1 Grundlegende Aufgabenstellung	227
2 Themenbezogene Aufgaben	228
2.1 Einführung und Grundlagen.....	228
2.2 Konstitutive Entscheidungen	228
2.3 Unternehmensführung und -planung.....	229
2.4 Marketingmanagement	229
2.5 Beschaffungsmanagement und Materialwirtschaft	229
2.6 Produktionsmanagement	230
2.7 Rechnungswesen und Controlling	230
2.8 Finanzierung	230
2.9 Investition	230
2.10 Personalmanagement.....	231
2.11 Organisation.....	231
XIV Stichwortverzeichnis.....	CCXXXII