

Inhaltsübersicht

Einleitung

Zur Entstehung des Handbuchs
Zum Aufbau des Handbuchs

Module der Diagnosephase

- Modul 1 Einführung: Diagnose anhand eines ganzheitlichen Unternehmensmodells
- Modul 2 Stärken/Schwächen-Katalog "Markt"
- Modul 3 Diagnosekennzahlen
- Modul 4 Einführung in das Marketing
- Modul 5 Entwicklungsgesetzmäßigkeiten in Organisationen
- Modul 6 Diagnose der Unternehmenskultur
- Modul 7 Vernetztes Denken
- Modul 8 Strategische Analyse
- Modul 9 Portfolio-Analyse

Module der Gestaltungsphase

- Modul 10 Entwicklung eines Unternehmensleitbildes
- Modul 11 Strategieentwicklung
- Modul 12 Marketing-Mix
- Modul 13 Kurzfristige Unternehmensplanung
- Modul 14 Delegation
- Modul 15 Mitarbeitergespräche
- Modul 16 Projektplanung

Anhang 1: Weiterführende Literatur

Anhang 2: Zur Auswahl von Unternehmensberatern und Trainern

Zu den Autoren