

Inhaltsübersicht

Vorwort	13
Teil I Grundlagen	21
Kapitel 1 Einleitung in die Betriebswirtschaftslehre	23
Kapitel 2 Strategisches Management	49
Teil II Primäre Funktionen	87
Kapitel 3 Marketing	89
Kapitel 4 Sales	121
Kapitel 5 Materialwirtschaft, Logistik und Supply Chain Management	157
Kapitel 6 Produktion	207
Kapitel 7 Finanzwirtschaft	245
Teil III Unterstützende Funktionen	287
Kapitel 8 Rechnungswesen	289
Kapitel 9 Controlling	341
Kapitel 10 Organisation	373
Kapitel 11 Wissensmanagement und Informationssysteme	419
Kapitel 12 Human Resource Management	451
Kapitel 13 Leadership	481
Die Autoren	514
Glossar	521
Register	543

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	13
Inhalte und Struktur	13
Aufbau des Buches: Die Funktionen eines Unternehmens	13
Primäre Funktionen	15
Unterstützende Funktionen	15
Danksagungen	17
Autorenverzeichnis	18
Teil I Grundlagen	21
Kapitel 1 Einleitung in die Betriebswirtschaftslehre	23
1.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	24
1.1.1 Definitionen und Abgrenzung	24
1.1.2 Entstehung der Betriebswirtschaftslehre	24
1.2 Wieso gibt es Unternehmen?	25
1.3 Bedürfnisse und Güter	26
1.3.1 Bedürfnisse	26
1.3.2 Güter	27
1.4 Die Träger der Wirtschaft	28
1.4.1 Nach Standort	29
1.4.2 Nach Branche	31
1.4.3 Nach Rechtsform	31
1.4.4 Nach Unternehmensgröße	34
1.4.5 Nach räumlicher Struktur	35
1.5 Die Prinzipien des betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns ...	36
1.6 Herausforderungen und Ziele von Organisationen	37
Kapitel 2 Strategisches Management	49
2.1 Grundlagen und Rolle des strategischen Managements	50
2.1.1 Herkunft und historische Entwicklungsphasen des strategischen Denkens	50
2.1.2 Begrifflichkeiten des Strategischen Managements	52
2.1.3 Wie entwickelt man eine Strategie?	54
2.2 Die wesentlichen Ansätze des strategischen Managements	55
2.2.1 Marktorientierter Ansatz: Von außen nach innen (outside-in) ...	57
2.2.2 Ressourcenorientierter Ansatz: Von innen nach außen (inside-out)	65
2.3 Grundlegende strategische Herausforderungen	69
2.3.1 Wahl der Wachstumsstrategie	69
2.3.2 Wahl der Wachstumsoption	70
2.3.3 Wahl der internationalen Strategie	72

Teil II	Primäre Funktionen	87
Kapitel 3	Marketing	89
3.1	Grundlagen	90
3.1.1	Ziele und Aufgaben	90
3.1.2	Forschungsansätze des Marketings	92
3.2	Das Käuferverhalten	94
3.2.1	Ausgangspunkt und Grundlage	94
3.2.2	Faktoren des Konsumverhaltens	96
3.2.3	Definition des Kaufverhaltens	97
3.3	Der Marketingplan als Grundlage für die Marketingstrategie	98
3.3.1	Schritt 1: SWOT-Analyse	99
3.3.2	Schritt 2: Festlegung der Marketingziele	100
3.3.3	Schritt 3: Planung der Marketingstrategie	101
3.3.4	Schritt 4: Marketing-Mix	104
3.3.5	Schritt 5: Budget	111
3.3.6	Schritt 6: Kontrolle durch Marktforschung	111
Kapitel 4	Sales	121
4.1	Grundlagen von Sales	122
4.1.1	Was versteht man unter dem Begriff Sales?	122
4.1.2	Abgrenzung von Marketing und Sales	122
4.1.3	Die verschiedenen Elemente von Sales	123
4.2	Einfluss des operativen Marketings auf Sales	126
4.2.1	Place (Distributionspolitik)	128
4.2.2	Produkt	132
4.2.3	Preis	132
4.2.4	Promotion	133
4.3	Salesaktivitäten	134
4.3.1	Aufbau eines Salesteams	134
4.3.2	Leitung des Salesteams	142
4.3.3	Verkaufsgespräch	145
Kapitel 5	Materialwirtschaft, Logistik und Supply Chain Management	157
5.1	Überblick und Abgrenzung	158
5.2	Materialwirtschaft	159
5.2.1	Stücklisten	160
5.2.2	Bedarfsermittlung	162
5.2.3	Teileklassifizierung	163
5.2.4	Bestellverfahren	164
5.2.5	Lieferantenmanagement	166
5.3	Logistiksysteme	169
5.3.1	Grundlagen und Abgrenzung	169
5.3.2	Transportsysteme	174

5.3.3	Umschlagsysteme	182
5.3.4	Lagersysteme.	184
5.3.5	Kommissionierung	188
5.3.6	Logistik-Controlling	190
5.3.7	IT-Systeme in der Logistik	192
5.4	Supply Chain Management (SCM)	195
Kapitel 6 Produktion		207
6.1	Grundlagen	208
6.1.1	Begrifflichkeiten	208
6.1.2	Produktionsfunktionen	210
6.2	Historische Entwicklung des Produktionsmanagements	212
6.3	Rolle der Produktion im Unternehmen.	214
6.3.1	Produktionstypen	215
6.3.2	Produktionsstrategien.	216
6.4	Produktionsprozess und -kosten	219
6.4.1	Produktionsprozess	219
6.4.2	Produktionskosten: Break-even-Analyse.	222
6.5	Grundlagen der Lagerplanung.	224
6.5.1	Lagerbestand	225
6.5.2	Bedarfsverlauf und Gütertypisierung	226
6.5.3	Lagerplanungssystem	227
Kapitel 7 Finanzwirtschaft		245
7.1	Ursprünge und Merkmale	246
7.1.1	Geschichtliche Entwicklung	246
7.1.2	Definition	247
7.1.3	Charakteristika und Abgrenzungen	249
7.2	Grundlagen	250
7.2.1	Discounting.	250
7.2.2	Kredit und Anlage	251
7.2.3	Substituierung	254
7.2.4	Berechnung des Barwertfaktors	255
7.3	Investitionsentscheidungen	258
7.4	Finanzierungsentscheidungen.	262
7.4.1	Interdependenzen zur Rechnungslegung und zum Jahresabschluss.	262
7.4.2	Finanzplan	264
7.4.3	Optimale Bilanzsteuerung	267
7.5	Risikomanagement	269
7.5.1	Soll-ist-Vergleich	269
7.5.2	Berechnung der Standardabweichung.	272
7.5.3	Klassifizierung und Bewertung des Risikos	274
7.6	Fazit	277

Teil III	Unterstützende Funktionen	287
Kapitel 8	Rechnungswesen	289
8.1	Grundlagen des Rechnungswesens	290
8.1.1	Definition und Grundbegriffe des Rechnungswesens	290
8.1.2	Zuverlässigkeit des Rechnungswesens.	294
8.2	Ursprünge und Rollenverständnis	295
8.2.1	Die Ursprünge des Rechnungswesens	295
8.2.2	Die Rolle des Rechnungswesens innerhalb von Unternehmen . . .	296
8.2.3	Die Rolle der Wirtschaftsprüfung.	297
8.3	Internes Rechnungswesen: Kostenrechnung	297
8.3.1	Gegenstand	297
8.3.2	Kostenartenrechnung	298
8.3.3	Kostenstellenrechnung	300
8.3.4	Kostenträgerrechnung	301
8.3.5	Deckungsbeitragsrechnung.	303
8.4	Externes Rechnungswesen: Konzepte der Buchführung.	304
8.4.1	Gesetze und Regelungen	305
8.4.2	Buchführungsgrundsätze	305
8.4.3	Bücher	308
8.4.4	Prinzip der doppelten Buchführung	309
8.4.5	Jahresabschluss	318
8.5	Zukünftige Herausforderungen	325
Kapitel 9	Controlling	341
9.1	Grundlagen	342
9.1.1	Was ist Controlling und wozu dient es?.	342
9.1.2	Ursprünge des Controlling	343
9.2	Funktion des Controllings	345
9.2.1	Bezug zur Unternehmensführung	345
9.2.2	Organisatorische Merkmale	346
9.2.3	Controllingprozess	349
9.2.4	Die Rolle des Controllers	351
9.3	Ansätze und Tools	352
9.3.1	Kosten und Kostenkategorien	352
9.3.2	Aufwendungen und Aufwandskategorien	353
9.3.3	Berechnung der Selbstkosten	354
9.3.4	Bestimmung der Rentabilitätsschwelle	360
9.3.5	Balanced Scorecard	362
Kapitel 10	Organisation	373
10.1	Grundlagen	374
10.1.1	Wieso gibt es Organisationen?	374
10.1.2	Geschichtliche Entstehung	375
10.1.3	Rolle und Bedeutung	377

10.2	Ganzheitliche Sichtweise: Tools und Umsetzung	379
10.2.1	Spannungsfelder einer Organisation	379
10.2.2	Bausteine und Basiskonfigurationen von Organisationen	384
10.2.3	Organigramm	386
10.3	Klassische Organisationsformen	388
10.3.1	Eindimensionale Konzepte	390
10.3.2	Mehrdimensionale Konzept	395
10.3.3	Organisation des Produktmanagements	398
10.4	Moderne Organisationsformen	400
10.4.1	Virtuelle Organisation	400
10.4.2	Clusterorganisation	402
10.5	Führungsorganisation (Corporate Governance)	403
10.5.1	Aufsichtsratsmodell	404
10.5.2	Board-Modell	404
Kapitel 11 Wissensmanagement und Informationssysteme		419
11.1	Grundlagen des Wissensmanagements	420
11.1.1	Historische Aspekte	420
11.1.2	Rolle für das Unternehmen	421
11.1.3	Physisches versus geistiges Kapital	423
11.2	Bildung von Wissen und Kernkompetenzen	426
11.2.1	Prozess der Wissensbildung: Zwischen implizitem und explizitem Wissen	426
11.2.2	Kernkompetenzen als Wettbewerbsvorteil	428
11.3	Management von Wissen und Kernkompetenzen	432
11.3.1	Wissen managen: Ein systemischer Ansatz	432
11.3.2	Wissensverteilung und -teilung: Das Tool <i>Communities of Practice</i>	434
11.4	Informationssysteme	435
11.4.1	Grundlagen der Informationssysteme	435
11.4.2	Informations- und Kommunikationstechnologien	436
Kapitel 12 Human Ressource Management		451
12.1	Grundlagen	452
12.1.1	Ursprung	452
12.1.2	Rolle im Unternehmen	455
12.2	Aufgabengebiete des Human Ressource Managements	457
12.2.1	Administrative Aufgabe	457
12.2.2	Befriedigung von Ansprüchen	458
12.2.3	Kompetenzmanagement	459
12.3	HRM-Funktionen	460
12.3.1	Einstellungsprozess	461
12.3.2	Personalebewertung	467
12.3.3	Vergütung	472
12.4	Aktuelle Trends	473

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 13 Leadership	481
13.1 Warum Führung in Unternehmen	482
13.2 Akzeptanz, Abgrenzung und Funktion von Führung	483
13.2.1 Akzeptanz von Führung	483
13.2.2 Führungsfunktionen	484
13.2.3 Die Abgrenzung zwischen Unternehmens- und Mitarbeiterführung	485
13.3 Motivation	486
13.4 Führungsstile: Führung als „Stil“?	487
13.4.1 Eindimensionale Führungsstile	488
13.4.2 Zweidimensionaler Führungsstil: Verhaltensgitter nach Blake und Mouton	491
13.4.3 Dreidimensionale bzw. situative Führungsstile	492
13.4.4 Management-Modelle	497
13.5 Führung in der Praxis	500
13.5.1 Wie werde ich ein „guter“ Vorgesetzter?	500
13.5.2 Führungserfolg messen	503
Die Autoren	514
Glossar	521
Register	543