

Inhaltsübersicht

Peter Heimerl, Martin Tschandl

Einleitung 1

1. TEIL: GRUNDLAGEN7

Peter Heimerl

Die Betriebswirtschaftslehre: Geschichte und Paradigmenwechsel.....7

2. TEIL: CONTROLLING.....43

Martin Tschandl, Christian Bischof, Roland Baumann

Zwei strategische Dimensionen des Controllings..... 43

Christian Bischof, Martin Tschandl

Der Beitrag des Controllings zur Strategieumsetzung 89

Markus Imgrund

Strategisches Krisenmanagement 143

3. TEIL: FINANZIERUNG 179

Roman Schmid

Strategische Unternehmensfinanzierung..... 179

Andreas R. Bouè

Strategische Finanzierung von KMU durch externes Eigenkapital221

Alexander Brauneis, Heidemarie Guggenbichler-Brunner, Roland Mestel

Risikomanagement als integraler Bestandteil der Unternehmensführung....267

4. TEIL: PRODUKTION.....303

Uwe Brunner, Jörg Schweiger

Logistik und Beschaffung303

Ernst Pessl, Wolfgang Ortner

Produktionsplanung und betriebliche Informationssysteme347

Wolfram Irsa, Herfried Lammer

Strategisches Qualitätsmanagement391

5. TEIL: MARKETING	419
<i>Peter Heimerl</i> Strategisches Marketing	419
<i>Karl Pinzolits, Christian Rottensteiner</i> Strategische Vertriebssteuerung	457
<i>Hildegard Liebl, Denny Seiger</i> Marketing in volatilen Märkten	485
Autoren-Vitae	515
Stichwortverzeichnis	519