

Inhaltsverzeichnis

Zum Geleit	V
<i>Von Dr. Otto Graf Lambsdorff, Bonn</i>	
Vorwort	IX
Inhaltsverzeichnis	XIII

Erster Teil

Managementausbildung: Traditionelle Methoden

I.	Die neue Herausforderung	3
	A. Die MBA-Erfolgsstory	5
	B. Schwächen des Harvard-Modells	7
II.	Warum Manager anders lernen	11
III.	Lehrpfad für Manager: Die Fallstudienmethoden	17
	A. Die Harvard-Case-Study-Method.....	22
	B. Die Case-Problem-Method	34
	C. Die Incident-Case-Method	38
	D. Die Synergomètre Methode.....	41
	E. Das Unternehmensplanspiel	44
	F. Das Action-Learning	48

Zweiter Teil

Die Traditionelle Harvard-Case-Study – Ein Beispiel

Fallstudie: „Meili Gartenmöbel“

IV.	Einführung in den Fall/Fallbeschreibung	57
------------	--	-----------

Dritter Teil

Teamlösung zur Fallstudie

V.	Unternehmensanalyse	107
	A. Allgemeine Firmendaten	109
	B. Organisation und Führung/Management	112
	C. Personal	113
	D. Finanzen und Controlling	116
	E. Logistik und Produktion	132
	F. Marketing	136
	G. Innovation und Know-How	146
	H. Rechtliche Situation	147
VI.	Marktanalysen	151
	A. Marktdefinitionen	151
	B. Marktstruktur	151
	C. Markthierarchie	153
	D. Produktpositionierung	156
	E. Beschreibung der Teilmärkte	159
	F. Marktsegmente	161
	G. Marktsegmente/Teilmärkte	163
	H. Marktdaten	165
	I. Analyse des Zwischenhandels	167
	K. Externe und interne Beeinflusser	168
VII.	Umfeldanalyse	171
	A. Allgemeines Umfeld	171
	B. Interpretation	172

C. Chancen und Gefahren	173
D. Stärken-Schwächenprofil	173
E. Schlüsselfrage	174
VIII. Anhang zur Falllösung	175
A. Leitbild	175
B. Funktionendiagramm	176
C. Soll-Organigramm	176
D. Stellenbeschreibung/Sinn und Zweck	177
E. Stellenbeschreibung - Beispiel 1: „Mechaniker“	178
F. Stellenbeschreibung - Beispiel 2: „Buchhalter“	179
G. Bilanzkennzahlen 1990	180
H. Kalkulationssätze BAB 1990	182
I. Eröffnungsbilanz Aktiengesellschaft	183
K. Besteuerung von Aktiengesellschaften	185
L. Grundstück-/Gebäudebeschreibung	188
M. Marktbearbeitungskonzept	190
N. Wirkungsziele-Strategiebereiche	191
IX. Nachwort	197

Management-Andragogik 1

Harvard Anti Case

Stähli, A.

2001, XV, 204 S. 15 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-540-42059-0