

Inhaltsverzeichnis

Teil 1: Produktion und Absatz im Rahmen der Betriebswirtschaftslehre.....	1
A. Das Wirtschaften von Betrieben	1
B. Planung und Kontrolle als betriebliche Management-Teilfunktionen	4
C. Grundlagen der betrieblichen Entscheidungsfindung	10
D. Vertiefende Literatur Teil 1	31
E. Übungsaufgaben Teil 1	31
 Teil 2: Produktions- und Kostentheorie	 49
A. Grundlagen	49
I. Aufgaben der Produktionstheorie	49
II. Aufgaben der Kostentheorie	51
III. Produktionsfaktoren.....	52
IV. Produktionsfunktionen	53
V. Kostenfunktionen.....	58
B. Produktions- und Kostenfunktion vom Typ A.....	64
I. Produktionsfunktion vom Typ A (Ertragsgesetz).....	64
1. Gesamtertrags-, Grenzertrags- und Durchschnittsertragsfunktion.....	64
2. Minimalkostenkombination	70
II. Die zugehörigen Kostenfunktionen.....	76
1. Gesamtkostenfunktion	76
2. Grenzkosten- und Durchschnittskostenfunktionen	78

C. Cobb-Douglas-Produktionsfunktion und zugehörige Kostenfunktionen	82
I. Cobb-Douglas-Produktionsfunktion.....	82
II. Die zugehörigen Kostenfunktionen.....	86
D. Leontief-Produktionsfunktion und zugehörige Kostenfunktionen.....	88
I. Leontief-Produktionsfunktion	88
II. Die zugehörigen Kostenfunktionen.....	92
E. Produktions- und Kostenfunktion vom Typ B	94
I. Produktionsfunktion vom Typ B	94
1. Intensitätsmäßige Anpassung	95
2. Zeitliche Anpassung	96
3. Intensitätsmäßige und zeitliche Anpassung	97
II. Die zugehörigen Kostenfunktionen.....	98
1. Intensitätsmäßige Anpassung	98
2. Zeitliche Anpassung	99
3. Quantitative Anpassung.....	101
4. Kombinierte Anpassung	102
F. Ausblick	108
G. Vertiefende Literatur Teil 2	110
H. Übungsaufgaben Teil 2	111

Teil 3: Produktion..... 117

A. Grundlagen	117
B. Beschaffungsmengenplanung	120
C. Lagerbewirtschaftungssysteme	123
I. Bestellpunktsysteme	125
II. Zyklische Bestellsysteme	126
III. Zyklisch kontrollierte Bestellsysteme.....	128
IV. Vergleichende Beurteilung der Lagerbewirtschaftungssysteme.....	129
D. Produktionsprogrammplanung.....	130
I. Grundlagen	130
II. Spezielle Planungsansätze.....	132
1. Produktionsprogrammplanung mit Hilfe der Deckungsbeitrags- rechnung	133

2. Grafische Bestimmung des Produktionsprogramms	136
3. Produktionsprogrammplanung auf der Grundlage der linearen Programmierung	139
E. Vertiefende Literatur Teil 3.....	140
F. Übungsaufgaben Teil 3.....	142
 Teil 4: Absatz	149
A. Marketing-Ziele, Marketing-Instrumente und entscheidungsrelevante Daten	149
B. Produktpolitik	155
I. Überblick.....	155
II. Produktinnovation.....	159
1. Grundlagen	159
2. Planungsprozess der Produktinnovation	161
3. Gewinnung von Produktideen	162
4. Grobauswahl von Produktideen.....	163
5. Wirtschaftlichkeitsanalyse	163
6. Produktentwicklung.....	167
7. Tests.....	168
8. Markteinführung.....	169
C. Preispolitik	172
I. Preispolitik im Rahmen der Kontrahierungspolitik.....	172
II. Preisfindung in der Praxis.....	172
1. Kostenorientierte Preisfindung	173
2. Nutzenorientierte Preisfindung.....	175
III. Ansätze der Preistheorie	177
1. Ein Grundmodell	177
2. Erweiterungen des Grundmodells.....	181
D. Kommunikationspolitik	184
I. Die Instrumente der Marketing-Kommunikation	184
II. Werbung.....	189
1. Planungsprozess.....	189
2. Zielgrößen der Werbung.....	190
3. Zielgruppen und Marktbearbeitungsstrategien	190

4. Werbebudgetierung.....	191
5. Mediaselektion.....	195
6. Werbemittelgestaltung	197
E. Distributionspolitik.....	198
I. Vertriebspolitik.....	199
1. Wahl des Absatzweges	199
2. Wahl des Absatzmittlers	201
3. Marketing-Logistik	202
II. Verkaufspolitik.....	203
F. Marketing-Mix	208
G. Vertiefende Literatur Teil 4	213
H. Übungsaufgaben Teil 4.....	215
 Teil 5: Abstimmung von Produktion und Absatz	225
A. Simultane Planung und sukzessive Planung	225
B. Vertiefende Literatur Teil 5	227
 Kurzlösungen zu den Übungsaufgaben	229
Kurzlösungen zu den Übungsaufgaben von Teil 1	229
Kurzlösungen zu den Übungsaufgaben von Teil 2	235
Kurzlösungen zu den Übungsaufgaben von Teil 3	240
Kurzlösungen zu den Übungsaufgaben von Teil 4	244
 Abbildungsverzeichnis	249
 Sachverzeichnis.....	255

Produktion und Absatz

Berndt, R.; Cansier, A.

2007, X, 261 S., Softcover

ISBN: 978-3-540-69340-6