

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur zweiten Auflage	V
Vorwort zur ersten Auflage	VI
Inhaltsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungs- und Symbolverzeichnis	XIX
1. Unternehmen und ihre Formen	1
1.1 Bedürfnisse als Ansporn der Unternehmenstätigkeit	1
1.2 Das ökonomische Prinzip	2
1.3 Einteilung von Unternehmen nach der Zieldominanz	4
1.4 Einteilung von Unternehmen nach der Größe	5
1.5 Einteilung von Unternehmen nach der Rechtsform	8
1.6 Arten von Unternehmensverbindungen	12
2. Umfeld der Unternehmenstätigkeit	19
2.1 Anforderungen an eine verantwortungsbewusste Unternehmensführung	19
2.2 Analyse des Branchenumfeldes	23
2.3 Das ökonomische Umfeld	28
2.4 Das rechtlich-politische Umfeld	30
2.5 Das sozio-kulturelle Umfeld	31
2.6 Das technologische Umfeld	33
3. Unternehmensführung und strategisches Management	35
3.1 Vision und Mission von Unternehmen	35
3.2 Gestaltung des Zielsystems eines Unternehmens	37
3.2.1 Anforderungen an Ziele	37
3.2.2 Das Zielsystem eines Unternehmens	41
3.3 Strategien zur Umsetzung der Ziele	43
3.3.1 Produkt-/Marktstrategien	44
3.3.2 Wettbewerbsstrategien nach Porter	45
3.4 Unternehmensführung mit Kennzahlen	47
3.4.1 Anspruch und Vorgehensweise	47
3.4.2 Das DuPont-Kennzahlensystem	51
3.4.3 Die Balanced Scorecard	53

4.	Der Leistungserstellungsprozess	57
4.1	Einsatzfaktoren und Ziele der Leistungserstellung	57
4.2	Rahmenbedingungen der betrieblichen Leistungserstellung	59
4.2.1	Die Fertigungsorganisation	59
4.2.2	Die Produktionsstrategie	63
4.2.3	Das Produktionsprogramm	64
4.2.4	Die Fertigungstypen	66
4.3	Das Beschaffungswesen	68
4.3.1	Bedeutung und Ziele der Beschaffung	68
4.3.2	Die Beschaffungsmarktforschung	70
4.3.3	Strategische Optionen der Beschaffung	71
4.3.4	Bedarfsermittlung und Beschaffungsarten	78
4.3.5	Analyseinstrumente in der Beschaffung	80
4.4	Die Produktion	84
4.4.1	Ziele und Aufgaben der Produktion	84
4.4.2	Die Grunddatenverwaltung	86
4.4.3	Die Produktionsprogrammplanung	90
4.4.4	Die Mengenplanung	94
4.4.5	Die Termin- und Kapazitätsplanung	102
4.4.6	Die Produktionssteuerung	114
5.	Die Leistungsverwertung	117
5.1	Rahmenbedingungen der Leistungsverwertung	117
5.2	Das Marketing	120
5.2.1	Instrumente des Marketing	120
5.2.2	Die Produktpolitik	120
5.2.3	Die Preis- und Konditionenpolitik	128
5.2.4	Die Kommunikationspolitik	132
5.2.5	Die Distributionspolitik	134
5.2.6	Der Marketing-Mix	135
5.3	Der Vertrieb	136
5.3.1	Der Vertrieb als Unternehmensfunktion	136
5.3.2	Vertriebsstrategie und Vertriebsorganisation	137
5.3.3	Die Vertriebssteuerung	140
6.	Gestaltungsfelder der Personalwirtschaft	145
6.1	Die Einflussfaktoren der menschlichen Arbeitsleistung	145
6.1.1	Überblick über die Einflussfaktoren	145
6.1.2	Leistungsfähigkeit und -bereitschaft	146
6.1.3	Betriebsklima und Arbeitsplatzgestaltung	148
6.1.4	Führungsstil und Führungstechniken	149
6.1.5	Die Art der Arbeit	152
6.1.6	Die Lohngerechtigkeit	154

6.2	Die Gestaltung von Anreizsystemen	163
6.3	Die Phasen der Personalpolitik	167
6.3.1	Die Personalbedarfsplanung	167
6.3.2	Die Personalbeschaffung	169
6.3.3	Die Personalentwicklung	170
6.3.4	Die Personalfreisetzung	171
7.	Das betriebliche Rechnungswesen	173
7.1	Der Anspruch des Rechnungswesens	173
7.2	Rechengrößen des betrieblichen Rechnungswesens	176
7.3	Investitionsrechnung und Finanzmanagement	181
7.3.1	Der Anspruch der Investitionsrechnung und des Finanzmanagements	181
7.3.2	Liquiditätsplanung und -steuerung	182
7.3.3	Die Erfolgsbeurteilung von Investitionsmaßnahmen	188
7.3.4	Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung	189
7.3.5	Statische Verfahren der Investitionsrechnung	194
7.3.6	Das Finanzmanagement	196
7.4	Die Kostenrechnung	201
7.4.1	Aufgaben der Kostenrechnung	201
7.4.2	Grundzusammenhänge der Kostenrechnung	203
7.4.3	Die Kalkulation der Produkte	209
7.4.4	Der Erfolgsausweis	221
7.5	Externes Rechnungswesen	227
7.5.1	Anforderungen an das externe Rechnungswesen	227
7.5.2	Der Jahresabschluss	232
	Literaturhinweise	235
	Stichwortverzeichnis	239
	Der Autor	245

BWL für Führungskräfte

Was Entscheider im Unternehmen wissen müssen

Brecht, U.

2012, XX, 245 S. 59 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8349-3428-4