
Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
1.1	Themenstellung	1
1.2	Zum Begriff der Betriebswirtschaftslehre	6
1.3	Aufbau des Buches	7
1.4	Didaktik des Buches	7
1.5	Einführung in die Fallstudien	8
1.5.1	Fitness GmbH	8
1.5.2	Supercar AG	15
2	Grundlagen	23
2.1	Erste Perspektive: Unternehmensebene	23
2.1.1	Begriff des Unternehmens	23
2.1.2	Typologie der Unternehmen	26
2.1.3	Das ökonomische Prinzip	32
2.1.4	Weitere Beispiele zum ökonomischen Prinzip	33
2.1.5	Teilgebiete der Betriebswirtschaftslehre	35
2.1.6	Das volkswirtschaftliche Umfeld des Unternehmens	37
2.2	Zweite Perspektive: Ebene der Individuen im Unternehmen	41
2.2.1	Individuelles Verhalten in Organisationen – die Sichtweise verschiedener Disziplinen	41
2.2.2	Erkenntnisse der Volkswirtschaftslehre	41
2.2.3	Erkenntnisse der Politikwissenschaft	62
2.2.4	Die Ebene der einzelnen Akteure als Teilgebiet der Betriebswirtschaftslehre	83
2.2.5	Schlüsselkompetenzen und „Soft Skills“	102
2.2.6	Steuerungsprozesse im Unternehmen	124
2.3	Dritte Perspektive: Ethik- und Werteebene	127
2.3.1	Der Begriff der Ethik	127
2.3.2	Unternehmensethik	130

2.3.3	Individuethik	147
2.3.4	Whistleblowing	156
2.4	Fazit	161
3	Unternehmenspraxis	163
3.1	Grundfragen der Unternehmenspraxis	163
3.2	Unternehmensstrategie	164
3.2.1	Strategien und strategische Erfolgspositionen	164
3.2.2	Die Einbettung des strategischen Managements in eine „Management-Philosophie“ und eine Unternehmenskultur	171
3.2.3	Kritik am strategischen Management in der Praxis	180
3.2.4	Fallstudien zur Strategieentwicklung	188
3.3	Rechtsformen des Unternehmens	196
3.3.1	Überblick über die verschiedenen Rechtsformen	196
3.3.2	Die wichtigsten traditionellen Rechtsformen	199
3.3.3	Kriterien bei der Wahl der Rechtsform	203
3.3.4	Die Führung von Großunternehmen	212
3.3.5	Weitere Rechtsformen	222
3.3.6	Mischformen	227
3.3.7	Neuere Rechtsformen: UG, SE	232
3.3.8	Fallstudien zur Rechtsform	234
3.4	Unternehmensorganisation	241
3.4.1	Begriff und Grundlagen der Organisation	241
3.4.2	Aufbauorganisation	246
3.4.3	Ablauforganisation	278
3.4.4	Formale und informale Organisation	286
3.4.5	Organisatorische Veränderungen	291
3.4.6	Fallstudien zur Organisation	304
3.5	Human Resources Management (HRM)	317
3.5.1	Einleitung	317
3.5.2	Personalbedarfsplanung	319
3.5.3	Personalbeschaffung	323
3.5.4	Personaleinsatz	333
3.5.5	Personalführung	344
3.5.6	Motivation	361
3.5.7	Entgelt und andere materielle Leistungen	379
3.5.8	Personalentwicklung	395
3.5.9	Personalfreisetzung	402
3.5.10	Fallstudien zum Personalmanagement	403
3.6	Finanz- und Rechnungswesen, Controlling	410
3.6.1	Einleitung	410
3.6.2	Rechnungswesen	411

3.6.3	Investition und Investitionsrechnung	422
3.6.4	Finanzierung	429
3.6.5	Controlling	436
3.6.6	Fallstudien zum Controlling	481
3.7	Beschaffung und Logistik	489
3.7.1	Begriffsbestimmung	489
3.7.2	Beschaffung	491
3.7.3	Logistik	500
3.7.4	Supply Chain Management (SCM)	503
3.8	Produktion	505
3.8.1	Begriff der Produktion	505
3.8.2	Grundsätzliche Produktionsentscheidungen	506
3.8.3	Operative Fertigungsplanung	511
3.9	Marketing/Absatz	518
3.9.1	Marketing als Unternehmensphilosophie	518
3.9.2	Ethik im Marketing	520
3.9.3	Der Markt als das wirtschaftlich relevante Umfeld der Unternehmung	521
3.9.4	Marketingstrategie	522
3.9.5	Marktsegmentierung	524
3.9.6	Die Marketing-Instrumente	526
3.9.7	Fallstudien zur primären Wertschöpfungskette	543
3.10	Fazit: Betriebswirtschaft als Koordinations- und Optimierungsaufgabe	549
4	Konsequenzen und Schlussbemerkungen	551
4.1	Die Ebene des Individuums	551
4.2	Die Ebene der Unternehmensführung	554
4.3	Die gesamtgesellschaftliche Ebene	555
	Literatur	559
	Sachverzeichnis	587

Praxisorientierte Einführung in die Allgemeine
Betriebswirtschaftslehre

Mit Beispielen und Fallstudien

Paul, J.

2015, XV, 591 S. 189 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-07105-9