

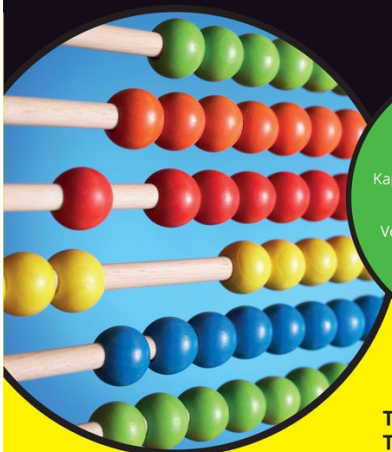
LERNEN LEICHTER GEMACHT



3. Auflage

BWL

für
dummies[®]



Unternehmen
organisieren und führen
—
Kapital beschaffen und sinnvoll
einsetzen
—
Vom Materialeinkauf bis zum
erfolgreich vermarkteten
Produkt

Tobias Amely
Thomas Krickhahn

Unternehmen

Der Überblick: Wie ein Unternehmen funktioniert

Das Unternehmensumfeld

Unternehmensformen

Unternehmen nach Größe und Branche

Die richtige Wahl: Gründung und Rechtsform von Unternehmen

Gemeinsam ist man (manchmal) stärker: Verbindungen

Die Heimat des Unternehmens: Die Standortwahl

Wohin die Reise geht: Die Unternehmensziele

Zielvorgaben als Steuerungsfunktion

Zielinhalte und Zielbeziehungen

Wer die Ziele bestimmt

Zielsetzung richtig gemacht

2 Der Gewinn liegt im Einkauf: Die Materialwirtschaft

Die Aufgaben der Materialwirtschaft

Instrumente der Beschaffung

Was gebraucht wird: Die Materialanalyse

Die Entscheidung: Make or Buy?

Der Beschaffungsmarkt wird erkundet

Die Pflege der Lieferanten

Das Material wird beschafft

Der Ausgangspunkt: Die
Bedarfsfeststellung

Die Beschaffung optimieren

Logistik: Wie das Material zum Einsatzort
kommt

Perspektiven in der Materialwirtschaft

3 Jetzt kann es losgehen: Die
Produktion

Grundlagen der Produktion

Was es heißt zu produzieren

Produktionsziele setzen

Produktionsformen

Ein gespanntes Verhältnis – Produktion
und Kosten

Input und Output – die Produktionsfunktion

Nichts gibt es umsonst: Kostenfunktionen

Kostenanalyse anhand des Ertragsgesetzes

4 Marketing: Rund um den Absatz

Marketing: Alles auf den Markt ausrichten

Bedeutung des Marketing-Management

Den Absatzmarkt kennen

Auf die Beziehung mit den Kunden kommt es an: Customer Relationship Management

Marketingziele

Die Bedeutung des Marketingkonzepts

Marktforschung: Die Erkundung des Kunden

Marktforschung betreiben

Die Methoden der empirischen Marktforschung

Gestaltung des Produktangebotes: Produktpolitik

Kriterien für ein Produktprogramm

Produktlebenszyklus

Produktpolitische Gestaltungsmaßnahmen

Produkt-Portfolio-Analyse

Die Konditionen: Gute Preise und mehr

Preis-Leistungs-Verhältnis und
Nachfrageverhalten

Preis-Absatz-Funktion: Den richtigen Preis
bestimmen

Die Erlösfunktion: Den Erlös ermitteln

Die Gewinnfunktion: Den Gewinn ermitteln

Preis-Nachfrageelastizitäten und
Marktformen

Preisstrategien