

Fallstudien zur Unternehmensführung

von
Prof. Dr. Ralf Dillerup, Prof. Dr. Roman Stoi

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

Verlag Franz Vahlen München 2012

Verlag Franz Vahlen im Internet:
www.vahlen.de

ISBN 978 3 8006 3832 1

Zu [Leseprobe](#) und [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Stichwortverzeichnis

A		E-Ordering	7.3
ABC-Analyse	3.6; 5.3	E-Procurement	7.3
Abweichungsanalyse	4.3; 4.5	Erfahrungskurve	4.1
Adaptive Führung	6.6	Erfolgsmessung	7.4
Anforderungsprofile	3.4	Erfolgsplanung	4.1; 4.4
Anreizsystem	6.2; 6.4	Erfolgsrechnung	4.5
Aufgabenfelder Personalmanagement	6.2	E-Sourcing	7.3
B		Ethik	2.3
Balanced Scorecard	4.2; 4.3	Externalisierung	8.2
Berichtsprozesse	7.1	F	
Berichtswesen	7.1	Finanzbudget	4.4
Beschaffung	7.3	Fragetechniken	6.3
Beurteilungsgespräch	6.2	Führung des Wandels	3.4; 5.5; 6.6
Beyond Budgeting	6.6	Führungsstil	2.4; 6.1; 6.3; 6.4
Branchenanalyse	3.5	Führungsverhalten	6.1
Branchenstrategien	3.5	G	
Branchenstrukturanalyse	3.3, 3.5; 4.1	Gantt-Diagramm	5.6
Budgetierung	4.4; 4.5; 6.4	Gap-Analyse	4.1
Business-Konzept	5.5	Geschäftsprozessanalyse & -optimierung	7.3
C		Geschäftsprozesse	5.3; 7.3
Cash Value Added (CVA)	3.1	Gesprächsführung	6.3
CFROI	3.1	Glaubwürdigkeit	2.3
Chancen-&risikoorientierte UF	8.3; 8.4	Globale Umweltanalyse	2.2; 5.2
Change Management	3.4	H	
Customer Lifetime Value	3.6	Hauptprozess	5.7
D		Hauptprozessverdichtung	5.7
Darstellung von Informationen	7.1	House of Quality	8.1
Datenbank	7.2	I	
Datenmodellierung	7.2	Implizites und explizites Wissen	8.2
DCF-Verfahren	3.1; 3.2	Informationsdesign	7.1
Dezentralisierung	6.6	Informationsmanagement	7.4
Distributionspolitik	3.7	Informationsquellen	5.2
E		Informationssysteme und -technik	7.2; 7.3
E-Auction	7.3	Informationswirtschaft	7.1
E-Business	7.3	Innerbetriebliche Leistungsverrechnung	4.5
Economic Value Added (EVA)	3.1; 3.2	Investitionsrechnung	8.3
Elektronische Ausschreibung	7.3		
Entity-Relationship-Diagramm (ERD)	7.2		
Entity-Relationship-Modell (ERM)	7.2		

K

Kalkulation	4.5; 5.7
Kapitalkosten	3.1; 3.2
Kennzahlen	4.2
Kernkompetenzen	5.5
Kommunikation	7.1
Kommunikationskultur	7.1
Kommunikationspolitik	3.7
Komplexitätsmanagement	6.4
Kontrahierungspolitik	3.7
Kontrolle	6.6
Kooperation	5.1
Kosten	7.2
Kosteneinsparung	7.2
Kostenrechnung	4.5
Kostentreiber	5.7
Kundenportfolio	3.6
Kundenwert	3.6

L

Lebenszyklen	5.5
Leistungsbeurteilung	6.2
Leistungsgerechtigkeit	6.2
Leitbild	3.7
Liquiditätsplanung	4.4
Logistik	5.2

M

Make-or-Buy	5.1; 5.2
Markenpositionierung	3.7
Markenstrategien	3.7
Marketing	7.4
Marketing-Mix	3.7; 7.4
Marktanalyse	3.3
Marktorientierte UF	3.7, 7.4
Megatrends	2.2
Menschenbild	6.3
Mergers & Acquisitions	3.2
Mitarbeitergespräch	6.3
Motivation	6.5
Motivationstheorien	6.5
Multiplikatorverfahren	3.2

N

Nachfolgeplanung	2.4
Nachwuchsführungskräfteentwicklung	6.5
Netzplan	5.6
Netzwerke	5.1, 6.6
Neuproduktentwicklung	8.1
Normative UF	2.1; 2.2; 2.3; 2.4; 6.6
Nutzwertanalyse	3.5

O

Offshoring	5.1
Online Marketing	7.4
Operative Planung und Kontrolle	3.7; 4.3; 4.4; 4.5; 6.4, 8.4
Operative Planung	
Organisation	3.4
Organisationsentwicklung	5.5
Outsourcing	5.1; 5.2

P

Performance Management	4.2
Performance Measurement	4.2
Personal	6.1; 6.2; 6.3
Personalbeurteilung	6.2
Personaleinsatz- & -auslastungsplanung	3.4
Personalentlohnung	6.2
Personalentwicklung	6.5
Personalführung	5.5; 6.1, 6.2; 6.3; 6.4
Personalmanagement	6.4; 6.6
Personalvergütung	6.2
PESTEL-Analyse	2.2, 3.2
Plan-Bilanz	4.4
Plan-GuV	4.4
Planung und Kontrolle	4.1, 6.6
Planungsprozess	4.3
Portfolio-Analysen	4.1
Produktmanagement	5.5
Produkt-Markt-Matrix	4.1
Produktpolitik	3.7
Professionalität	2.3
Projektbesetzung	7.2
Projektbudget	5.6
Projektmanagement	3.4; 5.5; 5.6; 7.2
Projektorganisation	5.5; 7.2
Projektplanung	5.6
Projektstrukturplan	5.6
Prozessbenchmarking	5.4
Prozesscontrolling	5.4
Prozessdokumentation	5.4
Prozesseffektivität	5.7
Prozesseffizienz	5.7
Prozesskosten	5.7, 7.3
Prozesskostenrechnung	5.7
Prozesskostensatz	5.7
Prozessmanagement	5.3; 5.4; 5.7; 7.3; 8.1
Prozessoptimierung	5.3
Prozessreengineering	5.4

Q

Qualifikationsprofile	3.4
Qualitätskosten	8.1
Qualitätsmanagement	8.1
Quality Function Deployment	8.1
Quantitative Methoden	8.4

R

Rating	8.3
Reporting	7.1
Risiko	8.4
Risikoaggregation	8.3
Risikoanalyse	8.3
Risikobewältigung	8.3
Risikobewertung	8.3
Risikoidentifikation	8.3
Risikomanagement	8.3; 8.4
Risikoreporting	8.3
Risikoüberwachung	8.3
Rollenverständnis	7.1

S

Scoring-Modell	3.6, 4.1
Search Engine Marketing	7.4
Sekundärorganisation	5.5
Selbstführung	6.6
Shared Service Center	5.4
Simulation	8.3; 8.4
Sortimentsgestaltung	4.5
Sozialisation	8.2
Stakeholder-Analyse	5.5
Steuerungsverfahren	3.1
Stochastik	8.4
Strateg. Analyse	3.3; 3.5; 3.7; 4.1; 5.1; 5.2; 5.5
Strateg. Planung und Kontrolle	3.7; 4.1; 4.3
Strategie	3.3; 3.4; 3.5; 4.1; 4.2, 5.1
Strategiebewertung	3.1; 3.2
Strategieformulierung	4.1
Strategieplanung	4.1, 8.4
Strategieumsetzung	4.2
Strategische Gruppen	3.5
Strategische Marketingplanung	7.4
Strategische Optionen	3.3
Strategische Organisation	5.1; 5.2
Strategische Unternehmensführung	3.3; 3.6
Supplier Relationship Management (SRM)	7.3
Supply Chain Management	5.2
SWOT-Analyse	4.1; 5.5
Szenario	5.6
Szenarioanalyse	8.4

T

Task-Force-Projektmanagement	5.5
Tätigkeitsanalyse	5.7
Teilprozess	5.7

U

Umweltanalyse	3.3
Unternehmenskultur	2.1; 2.4; 6.3
Unternehmensmission	2.1
Unternehmensphilosophie	2.1
Unternehmensplanung	8.4
Unternehmenspolitik	2.1; 2.2
Unternehmensverfassung	2.1
Unternehmensverkauf	2.3
Unternehmensvision	2.1
Unternehmenswerte	2.3; 2.4
Unternehmensziele	2.1; 2.2; 2.3

V

Value-at-Risk	8.3
---------------	-----

W

Wandlungsprozesse	3.4
Wertbeitrag	3.1; 3.2
Wertbildungsrechnung	6.6
Werte	2.3
Werthebel	3.1
Wertorientierte Unternehmensführung	3.1; 3.2
Wertschöpfungskette	5.1
Werttreiber	3.1
Wettbewerbsfähigkeit	5.1
Wettbewerbskräfte	3.5
Wissensbewahrung	8.2
Wissensentwicklung	8.2
Wissensidentifikation	8.2
Wissenskultur	8.2
Wissensmanagement	8.2
Wissensnutzung	8.2
Wissensorientierte Unternehmensführung	8.2
Wissensverlust	8.2
Wissensziele	8.2

Z

Zielgruppenanalyse	7.4
Zielkonflikt	6.4
Zieloperationalisierung	4.2
Zielsystem	6.4

beck-shop.de

Das umfassende Standardwerk.



Dillerup/Stoj, Unternehmensführung

Von Prof. Dr. Ralf Dillerup, Heilbronn und
Prof. Dr. Roman Stoj, Stuttgart

3. Auflage 2011. XVII, 831 Seiten. Gebunden € 44,80
ISBN 978-3-8006-3811-6

Dieses Lehrbuch

stellt das gesamte Spektrum der modernen Unternehmensführung in verständlicher und praxisorientierter Form vor. Mit zahlreichen Abbildungen, Merksätzen und Anwendungsbeispielen sowie Leitfragen und Management Summaries wird es höchsten didaktischen Ansprüchen gerecht.

Die **dritte Auflage** in neuem, zweifarbigen Layout und mit noch mehr anschaulichen Praxisbeispielen berücksichtigt nun auch aktuelle Themen wie Compliance, adaptiv-dezentrale Führung, Informationsdesign und Risikomanagement.

»Die Verbindung von Theorie und Praxis wird durch Beispiele geschaffen, die Denkanstöße für die tägliche Arbeit bilden.«

Dr. Dietmar Voggenreiter, President Audi China,
Executive Vice President of Volkswagen Group China

beck-shop.de