

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Gesetzesabkürzungen	8
Handlungsfeld 1: Unternehmensstrategien und Management	9
1 Ein Unternehmen untersuchen und kennenlernen	10
1.1 Das Unternehmen in den gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang einordnen ..	10
1.1.1 Unterschiedliche Unternehmenstypen vergleichen	10
1.1.2 Am Beispiel eines Industrieunternehmens die Funktionsbereiche und ihre Verknüpfungen herausarbeiten	17
1.1.3 Die Bürodesign GmbH als Modell für ein Industrieunternehmen untersuchen und beschreiben	24
1.2 Den Weg von der Geschäftsidee bis zur Unternehmensgründung nachvollziehen	36
1.2.1 Eine Geschäftsidee entwickeln und die Gründung eines Unternehmens vorbereiten	36
1.2.2 Die handelsrechtlichen Rahmenbedingungen beschreiben	42
1.2.2.1 Die Kaufmannseigenschaften unterscheiden	42
1.2.2.2 Die Firma wählen	46
1.2.2.3 Das Handelsregister kennenlernen	49
1.2.3 Die Wahl der Rechtsform als wesentliche Gründungsentscheidung nachvollziehen	51
1.2.3.1 Die Einzelunternehmung kennenlernen	51
1.2.3.2 Die offene Handelsgesellschaft (OHG) kennenlernen	53
1.2.3.3 Die Kommanditgesellschaft (KG) kennenlernen	58
1.2.3.4 Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) kennenlernen	61
1.2.3.5 Die Aktiengesellschaft (AG) kennenlernen	65
1.3 Die Geld-, Güter- und Informationsströme im Unternehmen beschreiben	69
1.3.1 Die Unternehmensorganisation nachvollziehen	69
1.3.2 Die Unternehmensführung als Prozess erläutern	80
1.4 Rechnungswesen als Instrument zur Abbildung, Steuerung und Kontrolle von Geschäftsprozessen erläutern	85
1.4.1 Aufgaben und Aufgabenbereiche (Fibu, KLR, Statistik, Planung) des Rechnungswesens beschreiben	85
1.4.2 Zeitliche und inhaltliche Verbindung von Inventur, Inventar und Bilanz zur Aufnahme und Darstellung von Vermögen und Schulden erläutern	90
1.4.2.1 Eine Inventur planen und durchführen	90
1.4.2.2 Ein Inventar erstellen	95
1.4.2.3 Eine Bilanz aus dem Inventar ableiten und zur Information über Finanzierung und Finanzstruktur, Vermögen und Vermögensstruktur nutzen	102
1.5 Geschäftsprozesse als Geschäftsfälle auf Bestandskonten buchen	109
1.5.1 Wertveränderungen des Vermögens und der Schulden anhand von Belegen begründen (Bilanzbewegungen)	109

1.5.2	Die Bilanz zur Erfassung der Wertveränderungen in Bestandskonten auflösen ..	120
1.5.3	Den Buchungssatz, die SMS der Finanzbuchhaltung, belegorientiert dokumentieren	128
1.5.4	Bei der Erfassung von Belegen systematisch vorgehen und Organisationshilfen nutzen	133
1.5.5	Bestandskonten abschließen	141
1.6	Geschäftsprozesse zur Ermittlung des Ergebnisses auf Erfolgskonten darstellen	147
1.7	Inventur- (Ist-) und Buchbestände (Soll-Bestände) abgleichen	159
1.7.1	Materialbestandsveränderungen berechnen und buchen	159
1.7.2	Bestandsveränderungen an unfertigen und fertigen Erzeugnissen berechnen und buchen	164
2	Die Führung eines Unternehmens nachvollziehen	172
2.1	Den Weg vom Unternehmensleitbild zu den Unternehmenszielen nachvollziehen	172
2.2	Konzepte der Unternehmensführung vergleichen	179
2.3	Aufgabenbereiche der Mitarbeiter und Maßnahmen zur Lösung von Konflikten kennenlernen	181
2.4	Controlling als Konzept zur Unterstützung der Unternehmensführung darstellen	188
	Handlungsfeldübergreifende Aufgaben	193
	Handlungsfeld 2: Beschaffung	198
1	Entscheidungen zur Planung und Optimierung eines Beschaffungsprozesses vorbereiten	199
1.1	Aufgaben und Ziele der Beschaffung begründen	199
1.2	Materialauswahl, Einsatzmöglichkeiten, Umweltverträglichkeit verschiedener Materialien und nachhaltige Beschaffung berücksichtigen	203
1.3	Beschaffungsobjekte ermitteln und Beschaffungsmarktforschung durchführen	211
1.4	Kriteriengeleitete Angebotsanalyse erstellen	218
1.5	Verfahren der Beschaffung anwenden	223
1.6	Beschaffungsstrategische Überlegungen begründen	233
1.7	Internetgestützte Beschaffungssysteme vergleichen (E-Procurement)	239
1.8	Angebotsvergleich erstellen	248
2	Beschaffungskonzepte prüfen und deren Wirtschaftlichkeit beurteilen ...	253
2.1	Optimale Bestellmenge bestimmen	253
2.2	ABC-Analyse anwenden	256
2.3	Ökologische Aspekte der Beschaffung berücksichtigen	260
2.4	Beschaffungsvorgang beschreiben	264
2.5	Bereitstellungsfähigkeit von Materialien mithilfe von Kennziffern prüfen	269

Inhaltsverzeichnis

2.6	Werteströme im Beschaffungsbereich begründen und unter Berücksichtigung der Umsatzsteuer erfassen	278
2.6.1	Das Umsatzsteuersystem beschreiben	278
2.6.2	Behandlung von Sofortrabatten und Anschaffungsnebenkosten begründen ...	290
2.6.3	Gutschriften von Lieferanten für Rücksendungen und Nachlässe buchen	296
2.6.4	Liefererskonti berechnen und buchen	304
Handlungsfeldübergreifende Aufgaben		313
Handlungsfeld 3: Leistungserstellung		318
1	Schritte von der Ideenfindung bis zur Herstellungsreife aufzeigen und ein Leistungskonzept entwerfen	319
1.1	Produktideen finden, bewerten und ihre Machbarkeit beurteilen	319
1.2	Produktkonzepte entwerfen und miteinander vergleichen	324
1.3	Zweckmäßige Verfahren der Produktdokumentation beschreiben und auswählen	330
1.4	Die Herstellungsreife durch eine Erprobung von Produkt und Fertigung feststellen	335
2	Fertigungstechnische Rahmenbedingungen in unterschiedlichen Situationen bewerten und alternative Fertigungsverfahren beurteilen	339
2.1	Fertigungstechnische Rahmenbedingungen vergleichen	339
2.1.1	Das Fertigungsprogramm planen	339
2.1.2	Die Kapazität planen	343
2.2	Fertigungsverfahren strukturieren und beurteilen	346
2.3	Fertigungsverfahren anhand ausgewählter Kriterien beurteilen	355
2.3.1	Die optimale Losgröße: Rüst- und Lagerkosten minimieren	355
2.3.2	Verbesserung der Arbeitsbedingungen und den Umweltschutz berücksichtigen	358
3	Leistungserstellungsprozesse unter dem Gesichtspunkt der Qualitätssicherung und Wirtschaftlichkeit beurteilen	362
3.1	Grundlegende Verfahren der Qualitätskontrolle und Qualitätssicherung vergleichen	362
3.2	Allgemeine Kennziffern für wirtschaftliches Handeln aufzeigen und anwenden..	370
3.3	Wege auf der Suche nach einer kontinuierlichen Verbesserung von Leistungsprozessen finden und bewerten	376
Handlungsfeldübergreifende Aufgaben		383

Handlungsfeld 4: Absatz	389
1 Eine Marketingkonzeption entwerfen und beurteilen	390
1.1 Notwendigkeit von Informationen über Kunden und deren Bedürfnisse erkennen	390
1.2 Erhebungsverfahren und Methoden der Informationsgewinnung in der Marktforschung vergleichen	394
1.3 Marketing als Unternehmenskonzept anwenden	402
1.4 Absatzpolitische Instrumente untersuchen	409
1.4.1 Im Rahmen der Produkt- und Sortimentspolitik marktgerechte Leistungen anbieten	409
1.4.2 Preispolitik berücksichtigen	422
1.4.3 Konditionen- und Servicepolitik gestalten	429
1.4.4 Distributionspolitik zur Optimierung der Absatzwege einsetzen	433
1.4.5 Kommunikationspolitik zur Kundenerreichung anwenden	442
1.5 Marketingmix auf seinen Erfolg untersuchen und gängige Kennziffern berechnen	460
Handlungsfeldübergreifende Aufgaben	469
Bildquellenverzeichnis	477
Sachwortverzeichnis	478
Anhang: Schulkontenrahmen	