

# Inhaltsverzeichnis

	Kompetenz für Technische Kaufleute 2019	6
	Vorwort zur 2. Auflage	7
	Kompetenzdimensionen / Leistungskriterien	8
<b>Teil A</b>	<b>Funktionsweise eines Unternehmens</b>	<b>11</b>
	<b>1 Angebot und Nachfrage</b>	<b>12</b>
	1.1 Bedürfnisse als Motor der Wirtschaft	13
	1.2 Angebot von Produkten und Dienstleistungen	16
	1.3 Einteilung von Unternehmen	19
	Zusammenfassung	21
	Repetitionsfragen	22
	<b>2 Wertschöpfung</b>	<b>25</b>
	2.1 Die Wertkette	25
	2.2 Primäre Aktivitäten	26
	2.3 Sekundäre Aktivitäten	31
	2.4 Kennzahlen der Wirtschaftstätigkeit	34
	Zusammenfassung	37
	Repetitionsfragen	38
	<b>3 Unternehmen als System</b>	<b>41</b>
	3.1 Merkmale des Systems «Unternehmen»	41
	3.2 Das St. Galler Management-Modell	42
	Zusammenfassung	50
	Repetitionsfragen	50
	<b>4 Umweltsphären und Anspruchsgruppen</b>	<b>53</b>
	4.1 Umweltsphären	53
	4.2 Anspruchsgruppen	58
	Zusammenfassung	62
	Repetitionsfragen	63
<b>Teil B</b>	<b>Unternehmensführung</b>	<b>67</b>
	<b>5 Verantwortungsvolle Unternehmensführung</b>	<b>68</b>
	5.1 Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility	68
	5.2 Ethische Verantwortung	70
	5.3 Compliance	77
	5.4 Nachhaltigkeitsstrategien	78
	Zusammenfassung	80
	Repetitionsfragen	81
	<b>6 Strategieentwicklung</b>	<b>84</b>
	6.1 Zielsetzungsprozess	84
	6.2 Von den Zielen zur Strategie	87
	Zusammenfassung	88
	Repetitionsfragen	89
	<b>7 Umweltanalyse</b>	<b>91</b>
	7.1 Analyse des globalen Umfelds	91
	7.2 Stakeholder-Analyse	92
	7.3 Marktanalyse	93
	7.4 Wettbewerbsanalyse	96
	7.5 Konkurrentenanalyse	97
	Zusammenfassung	98
	Repetitionsfragen	99

<b>8</b>	<b>Unternehmensanalyse</b>	<b>103</b>
8.1	Stärken-Schwächen-Analyse	103
8.2	Wertkettenanalyse	107
8.3	Portfolio-Analyse	108
	Zusammenfassung	110
	Repetitionsfragen	111
<b>9</b>	<b>SWOT-Analyse</b>	<b>113</b>
9.1	SWOT-Strategien	113
9.2	Erfolgsfaktoren	115
9.3	Strategische Erfolgspositionen	116
9.4	Kernkompetenzen	117
	Zusammenfassung	118
	Repetitionsfragen	119
<b>10</b>	<b>Strategiewahl und -entscheidung</b>	<b>121</b>
10.1	Unternehmensstrategie	122
10.2	Geschäftsstrategien	127
10.3	Strategievarianten	129
10.4	Strategieentscheidung	130
10.5	Strategiekonkretisierung	130
	Zusammenfassung	132
	Repetitionsfragen	133
<b>11</b>	<b>Strategieumsetzung und -kontrolle</b>	<b>137</b>
11.1	Strategieumsetzung (operatives Management)	137
11.2	Strategiekontrolle	144
	Zusammenfassung	146
	Repetitionsfragen	147
<b>12</b>	<b>Businessplan</b>	<b>148</b>
12.1	Wann erstellt man einen Businessplan?	148
12.2	Wie ist ein Businessplan aufgebaut?	149
12.3	Das Unternehmen im Überblick	150
12.4	Aktuelle und zukünftige Situation	150
12.5	Markt heute und in Zukunft	151
12.6	Marketing	151
12.7	Infrastruktur und Meilensteine	152
12.8	Finanzplanung	152
12.9	Finanzierung	154
12.10	Management Summary (Zusammenfassung)	154
	Zusammenfassung	155
	Repetitionsfragen	155
<b>Teil C</b>	<b>Ausgewählte Themen der Unternehmensführung</b>	<b>157</b>
<b>13</b>	<b>Risikomanagement</b>	<b>158</b>
13.1	Risiken erkennen	158
13.2	Risiken bewerten	160
13.3	Risiken bewältigen	161
13.4	Risiken überwachen	163
	Zusammenfassung	163
	Repetitionsfragen	164
<b>14</b>	<b>Ökologiemanagement</b>	<b>168</b>
14.1	Massnahmen im Ökologiemanagement	169
14.2	Gesetzliche Grundlagen – das Schweizer Umweltrecht	169
14.3	Zertifiziertes Ökologiemanagement	169
14.4	Ökobilanz	171
14.5	Kommunikation über Ökologiemanagement	174
	Zusammenfassung	174
	Repetitionsfragen	175

<b>15</b>	<b>Technologiemanagement</b>	<b>178</b>
15.1	Technologiearten und -lebenszyklus	178
15.2	Der Technologiemanagement-Prozess	181
15.3	Portfolio-Analyse: Ideenbewertung und -auswahl	183
	Zusammenfassung	185
	Repetitionsfragen	185
<b>16</b>	<b>Wissensmanagement und Archivierung</b>	<b>187</b>
16.1	Was ist Wissen?	187
16.2	Ziele, Aufgaben und Instrumente	188
16.3	Archivierung	192
	Zusammenfassung	195
	Repetitionsfragen	196
<b>Teil D</b>	<b>Anhang</b>	<b>199</b>
	Antworten zu den Repetitionsfragen	200
	Stichwortverzeichnis	239