

Ursula Hansen/Joachim



dandelion.com

© 2008 [AGI-Information Management Consultants](#)
May be used for personal purposes only or by
libraries associated to [dandelion.com](#) network.

Handelsbetriebslehre 1

Arbeitsbuch

Vandenhoeck & Ruprecht in Göttingen

Inhaltsübersicht

1.	Geschichte, Methoden und Träger der Handelsbetriebslehre.	17
11.	Einführende Problemstellung	17
12.	Schlüsselbegriffe.	19
121.	Realgeschichtliche Entwicklung	19
122.	Theoriengeschichtliche Entwicklung, Methoden, Träger	19
13.	Literaturhinweise	20
131.	Realgeschichte.	20
132.	Theoriengeschichte.	20
133.	Wissenschaftstheoretische Grundlagen	21
134.	Materielle Forschungsansätze in der Handelsbetriebslehre	21
135.	Beiträge zur allgemeinen Handelsbetriebslehre.	21
136.	Dokumentation der Handelsforschung.	22
137.	Ausgewählte Institute, die Handelsforschung betreiben (Namen, Adressen).	22
14.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	23
141.	Realgeschichte.	23
142.	Theoriengeschichtliche Entwicklung, Methoden und Träger	23
2.	Funktionen des Handels.	27
21.	Einführende Problemstellung	27
22.	Schlüsselbegriffe.	28
23.	Literaturhinweise	28
231.	Funktionen allgemein.	28
232.	Wirtschaftssystembezug von Funktionen.	29
233.	Funktionsmessung	29
24.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	29
3.	Institutionen des Handels.	35
31.	Einführende Problemstellung.	35
32.	Schlüsselbegriffe.	36
321.	Institutionen des Handels allgemein.	36
322.	Selbständiger Großhandel, mehrstufige Handelsunternehmen (Integrationsformen) und überbetriebliche Marktveranstaltungen.	37
323.	Einzelhandel	39
33.	Literaturhinweise.	40
331.	Institutionenlehre des Handels allgemein.	40
332.	Branchen des Handels.	40
333.	Selbständiger Großhandel.	40
334.	Einzelhandel	41
3341.	Einzelhandel allgemein.	41

3342.	Betriebsformen des Einzelhandels im Überblick	41
3343.	Gemeinschaftswarenhaus, Warenhaus, Kaufhaus	41
3344.	Verbrauchermarkt, Supermarkt, Discounthaus	42
3345.	Fach- und Spezialgeschäft, Boutique	42
3346.	Versandhandel	43
3347.	Einheitspreisgeschäft, Kleinpreisgeschäft	43
3348.	Shopping Center, Einkaufszentrum	43
3349.	Ambulanter Handel	44
335.	Mittelständischer Groß- und Einzelhandel	44
336.	Kooperation im Handel, Einkaufsgenossenschaft, Freiwillige Kette	44
337.	Konzentration im Handel, Filialunternehmen	46
338.	Konsumgenossenschaft	46
339.	Überbetriebliche Marktveranstaltungen	47
3310.	Sozialistischer Handel	47
34.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	47
341.	Allgemeine Institutionslehre	47
342.	Selbständiger Großhandel, mehrstufige Handelsunternehmen (Integrationsformen) und überbetriebliche Marktveranstal- tungen	48
343.	Einzelhandel	48
4.	Handelsunternehmung in der Umwelt	55
41.	Einführende Problemstellung	55
42.	Schlüsselbegriffe	59
43.	Literaturhinweise	61
431.	Marktbeziehungen zwischen Handelsunternehmen und Kon- sumenten	61
432.	Marktbeziehungen zwischen Handelsunternehmen und ge- werblichen Kunden: insb. Beschaffungsanalysen für Organisationen	62
433.	Marktbeziehungen zwischen Handelsunternehmen und Her- stellern	63
434.	Horizontale Marktbeziehungen (Kooperation, Wettbewerb)	63
435.	Markthelfer	64
44.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	64
441.	Absatz-Marktbeziehungen zwischen Handelsunternehmen und Konsumenten	64
442.	Absatz-Marktbeziehungen zwischen Handelsunternehmen und gewerblichen Kunden	65
443.	Beschaffungsbeziehungen zwischen Handelsunternehmen und Hersteller	65
444.	Horizontale Marktbeziehungen	66
5.	Marktforschung	75
51.	Einführende Problemstellung	75
52.	Schlüsselbegriffe	76
53.	Literaturhinweise	77
531.	Marktforschung, allgemeine	77

532.	Marktforschung, Handel	77
54.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	78
6.	Absatzmarketing	81
61.	Absatzmarketing im Überblick	81
611.	Einführende Problemstellung	81
612.	Schlüsselbegriffe	82
613.	Literaturhinweise	83
614.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	84
62.	Absatzseitige Standortpolitik	87
621.	Einführende Problemstellung	87
622.	Schlüsselbegriffe	88
623.	Literaturhinweise	89
6231.	Einzelbetriebliche Standortwahl	89
6232.	Regionalforschung	89
6233.	Standortkalkulation	90
6234.	Mathematische Standortmodelle	90
624.	Aufgaben mit Lösungen und Lösungsverweisen	91
63.	Absatzseitige Sortimentspolitik	93
631.	Einführende Problemstellung	93
632.	Schlüsselbegriffe	95
633.	Literaturhinweise	96
6331.	Sortimentspolitik, allgemein	96
6332.	Sortimentsstruktur	97
6333.	Sortimentsplanung und -kontrolle	97
6334.	Warenanalyse	97
634.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	98
64.	Absatzseitige Produktpolitik	104
641.	Einführende Problemstellung	104
642.	Schlüsselbegriffe	106
643.	Literaturhinweise	107
6431.	Produktpolitik allgemein	107
6432.	Produktqualität	107
6433.	Verpackungsgestaltung	108
6434.	Markierung	108
644.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	108
65.	Verkaufsorganisation	112
651.	Einführende Problemstellung	112
652.	Schlüsselbegriffe	113
653.	Literaturhinweise	114
6531.	Verkaufsorganisation allgemein	114
6532.	Bedienungsform	114
6533.	Warenpräsentation und Verkaufsstellengestaltung	115
6534.	Ladenöffnungszeiten	115
6535.	Ladendiebstahl	116
654.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	116
66.	Kundenservice	121
661.	Einführende Problemstellung	121
662.	Schlüsselbegriffe	122

663.	Literaturhinweise	123
664.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen . . .	123
67.	Absatzzeitige Preispolitik	127
671.	Einführende Problemstellung	127
672.	Schlüsselbegriffe	129
673.	Literaturhinweise	130
6731.	Preistheorie und -politik allgemein	130
6732.	Preisbindung und -empfehlung	131
6733.	Preisdifferenzierung	132
6734.	Optische Preisstellung	132
6735.	Handelsspanne	132
674.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen . . .	133
68.	Absatzfinanzierung	139
681.	Einführende Problemstellung	139
682.	Schlüsselbegriffe	141
683.	Literaturhinweise	141
684.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen . . .	142
69.	Absatzwerbung	146
691.	Einführende Problemstellung	146
692.	Schlüsselbegriffe	147
693.	Literaturhinweise	148
6931.	Absatzwerbung allgemein	148
6932.	Werbudgetierung	150
6933.	Werbemedien	150
6934.	Werbeerfolgsprognose- und -kontrolle	150
6935.	Kooperative Werbung, Pop-Werbung, Verkaufsförderung . . .	150
694.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen . . .	151
7.	Beschaffungsmarketing	157
71.	Einführende Problemstellung	157
72.	Schlüsselbegriffe	159
721.	Beschaffungsmarketing im Überblick	159
722.	Aktionsbereiche der Beschaffung	160
73.	Literaturhinweise	162
74.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen . . .	162
8.	Integriertes absatz- und beschaffungsseitiges Marketing Mix	170
81.	Einführende Problemstellung	170
82.	Marketing Mix	171
83.	Literaturhinweise	171
84.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen . . .	172
9.	Lagerhaltung	175
91.	Einführende Problemstellung	175
92.	Schlüsselbegriffe	176
93.	Literaturhinweise	177
94.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen . . .	178

10.	Personalwesen	183
10.1.	Einführende Problemstellung	183
10.2.	Schlüsselbegriffe.	184
10.3.	Literaturhinweise.	186
10.4.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	187
11.	Finanzierung	191
11.1.	Einführende Problemstellung	191
11.2.	Schlüsselbegriffe.	192
11.3.	Literaturhinweise.	193
11.4.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	195
12.	Rechnungswesen	201
12.1.	Einführende Problemstellung	201
12.2.	Schlüsselbegriffe.	202
12.3.	Literaturhinweise.	204
12.31.	Geschäftsbuchhaltung im Handel.	204
12.32.	Kosten- und Erfolgsrechnung im Handel.	204
12.33.	Kennzahlen- und Vergleichsrechnung im Handel	205
12.34.	Informationssysteme und EDV.	206
12.4.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	206
13.	Handelsmanagement	211
13.1.	Einführende Problemstellung.	211
13.2.	Schlüsselbegriffe.	213
13.3.	Literaturhinweise.	215
13.31.	Allgemeine Literatur zum Handelsmanagement.	215
13.32.	Informationssysteme und EDV.	216
13.4.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	216
14.	Handel aus verbraucherpolitischer Sicht	222
14.1.	Einführende Problemstellung	222
14.2.	Schlüsselbegriffe.	224
14.21.	Ausgewählte Begriffe zur Handelsbetriebslehre und zum Marketing unter kritischer verbraucherpolitischer Sicht	224
14.22.	Eigenständige Begriffe zur Verbraucherpolitik.	225
14.3.	Literaturhinweise.	226
14.31.	Marketing und Handelsbetriebslehre aus verbraucherpolitischer Perspektive.	226
14.32.	Verbraucherpolitik allgemein.	226
14.33.	Verbraucherpolitik in Detailproblemen ihres Instrumentariums	227
14.4.	Aufgaben mit Lösungsvorschlägen und Lösungsverweisen	228