

Inhaltsverzeichnis

Vorwort/Zu diesem Buch	5
Modellunternehmen Medienresearch Cologne GmbH	6
Lernsituation 1: Wertschöpfung in Medienunternehmen – Beispiel Printmarkt	7
Lernsituation 2: Berufsausbildung	12
Lernsituation 3: Unternehmensziele	16
Lernsituation 4: Ökologie – Das „Mülldilemma“	21
Lernsituation 5: Vollmachten in einem Unternehmen	26
Lernsituation 6: Rechtsformen von Unternehmen	30
Lernsituation 7: Unternehmensorganisation	37
Lernsituation 8: Führungsstile	42
Lernsituation 9: Betriebsrat	48
Lernsituation 10: Jugend- und Auszubildendenvertretung	51
Lernsituation 11: Rechtliche Rahmenbedingungen	53
Lernsituation 12: Rechtsgeschäfte und Kaufvertrag	58
Lernsituation 13: Angebotsvergleich	66
Lernsituation 14: Betrieblicher Zahlungsverkehr	77
Lernsituation 15: Privater Zahlungsverkehr	79
Lernsituation 16: Mangelhafte Lieferung	84
Lernsituation 17: Lieferungsverzug	91
Lernsituation 18: Zahlungsverzug	95
Lernsituation 19: Annahmeverzug	102
Lernsituation 20: Schutz der Pressefreiheit	105
Lernsituation 21: Jugendschutz in den Medien	108
Lernsituation 22: Urheber- und Persönlichkeitsrecht im Internet	112
Lernsituation 23: Urheber- und Leistungsschutzrechte an Filmwerken	117
Lernsituation 24: Schutz der Persönlichkeit in den Medien	120
Lernsituation 25: Personaleinsatzplanung	123
Lernsituation 26: Personalbedarfsplanung	129
Lernsituation 27: Personalbeschaffung	133
Lernsituation 28: Gehaltsabrechnung	145
Lernsituation 29: Einkommensteuererklärung	154
Lernsituation 30: Beendigung des Arbeitsverhältnisses	161

Lernsituation 31: Finanzierung betrieblicher Investitionen.....	168
Lernsituation 32: Fremdfinanzierung, Teil 1.....	175
Lernsituation 33: Fremdfinanzierung, Teil 2.....	180
Lernsituation 34: Factoring.....	187
Lernsituation 35: Leasing.....	190
Lernsituation 36: Auswertung der Bilanz.....	193
Lernsituation 37: Auswertung der Gewinn- und Verlustrechnung.....	198
Lernsituation 38: eziehungsmarketing im digitalen Zeitalter.....	203
Lernsituation 39: Sortimentspolitik.....	207
Lernsituation 40: Werbung planen.....	211
Lernsituation 41: Werbeerfolgskontrolle.....	216
Lernsituation 42: Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb.....	218
Lernsituation 43: Marketingkonzeptionen im Radiomarkt.....	222
Lernsituation 44: In- und ausländische Märkte analysieren und Marketingmaßnahmen planen.....	227
Lernsituation 45: Zielgruppenanalyse und Positionierung auf dem Radiomarkt.....	233
Lernsituation 46: In- und ausländische Werbemittelanalyse und Copy-Strategie.....	238
Lernsituation 47: Marktforschung und Marketing.....	243
Lernsituation 48: Studien der Sozialforschung.....	246
Lernsituation 49: Medienwirkungsforschung.....	253
Lernsituation 50: Primär- versus Sekundärforschung.....	257
Lernsituation 51: Qualitative Befragungsmethoden.....	261
Lernsituation 52: Grundlagen des Wirtschaftens.....	266
Lernsituation 53: Marktpreisbildung.....	276
Lernsituation 54: Staatliche Eingriffe in den Wettbewerb.....	282
Lernsituation 55: Die Medienresearch Cologne sucht einen neuen Stromanbieter.....	287
Lernsituation 56: Entscheidung vertagt.....	294
Lernsituation 57: Wirtschaftspolitik.....	298
Lernsituation 58: Die alte Mär vom Mehr.....	305
Lernsituation 59: Globalisierung.....	309
Lernsituation 60: Unternehmensgründung.....	315