

# CPD Trainings Programm für Bildungsmitarbeiter und Trainer

Modul 2:

Modul 2: Allgemeine Einführung in Wirtschaft und Betriebswirtschaft



# Lernergebnisse

- 1. Ein Verständnis für die Bedeutung von Management für die Gesellschaft und Einzelpersonen*
- 2. Ein Verständnis der Rolle des Managements*
- 3. Eine Fähigkeit, die grundlegenden Funktionen des Managements aufzulisten und zu definieren*
- 4. Ein Verständnis der grundlegenden Managementfähigkeiten und ihrer relativen Bedeutung für Manager*
- 5. Kenntnisse über Fähigkeiten, die Führungskräften helfen, erfolgreich zu werden*
- 6. Ein Verständnis der Beziehung zwischen Führung und Management*
- 7. Eine Wertschätzung für die Stile und Charakterzüge von Führung*
- 8. Einblicke in die Verwendung der Stakeholder-Beziehung innerhalb des Business-Frameworks.*
- 9. Eine Würdigung aufkommender Themen und Themen von heute*

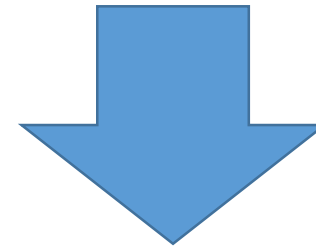


***Phase 1***  
***Einführung***

# Die Rolle des Managements



- Management definieren
  - Prozess der fortlaufenden und damit verbundenen Aktivitäten
  - Umfasst und konzentriert sich auf das Erreichen organisatorischer Ziele
  - Arbeitet mit und durch Menschen und andere organisatorische Ressourcen
  
- Der Management-Prozess: Management-Funktionen
  - Planung
  - Organisieren
  - Beeinflussung
  - Controlling



1. Sammlung von Informationen, die die aktuelle Leistung messen
2. Benchmark-Leistung nach festgelegten Standards
3. Entwickeln Sie Änderungen, um vordefinierte Standards zu erfüllen



# Management Ziele

- *Managementprozess und Zielerreichung*
  - *Vorsichtige für Aktion*
  - *Nähe zum Kunden*
  - *Autonomie und Unternehmertum*
  - *Produktivität durch Menschen*
  - *Hands-on, Wertorientierung*
  - *"Beim Stricken bleiben"*
  - *Einfache Organisationsform mit schlanken Mitarbeitern*
  - *Gleichzeitige lose-feste Eigenschaften*

# Management definiert

- Manager

Eine Person, die die Arbeit anderer plant, organisiert, führt und kontrolliert, damit die Organisation ihre Ziele erreicht.

- Ist verantwortlich für den Beitrag.
- Erreicht Dinge durch die Bemühungen anderer Menschen.
- Ist im Managementprozess erfahren.

- Management / Verwaltungsprozess

- Bezieht sich auf die vier Grundfunktionen des Managers für Planung, Organisation, Führung und Kontrolle.



*Phase 2*  
*Wissenstransfer*



# Management Fähigkeiten: Der Schlüssel zum Management Success

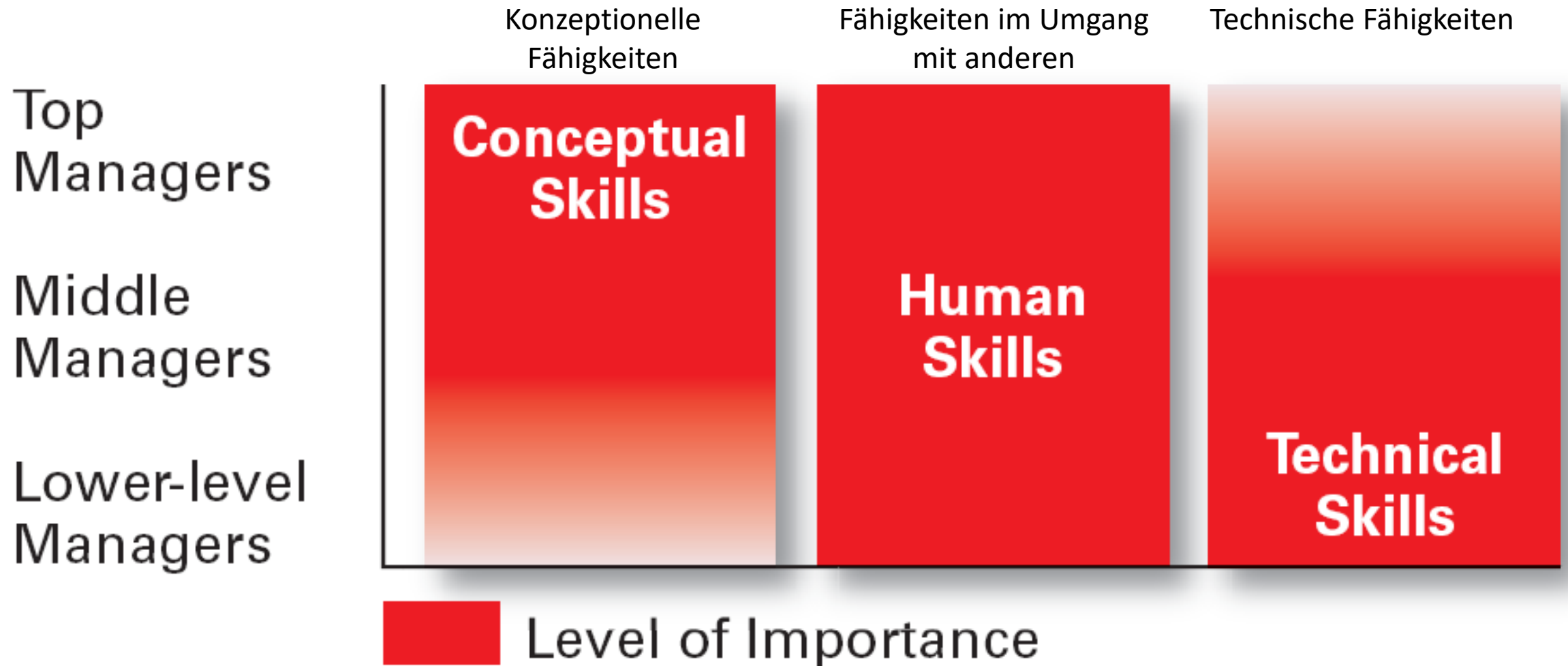
- **Management-Fähigkeiten definieren**
  - Eine klassische Ansicht
  - Technische Fähigkeiten
  - Menschliche Fähigkeiten
  - Konzeptionelle Fähigkeiten
- Eine zeitgenössische Ansicht
  - ❖ Definieren Sie die Hauptaktivitäten, die Manager normalerweise ausführen
  - ❖ Listen Sie Fähigkeiten auf, die Sie benötigen, um diese Aktivitäten erfolgreich durchzuführen

Hauptaktivitäten, die moderne Manager typischerweise ausführen:

1. Aufgabenbezogene Aktivitäten
2. Menschenbezogene Aktivitäten
3. Veränderungsbezogene Aktivitäten



# Fähigkeiten, die auf den verschiedenen Managementniveaus benötigt werden





# Konzeptionelle Fähigkeiten

- Informationen zur Lösung von Geschäftsproblemen verwenden
- Identifikation von Innovationsmöglichkeiten
- Problemfelder erkennen und Lösungen umsetzen
- Auswahl kritischer Informationen aus Massen von Daten
- Verständnis der geschäftlichen Nutzung von Technologie
- Verständnis des Geschäftsmodells der Organisation

# Kommunikationsfähigkeit

- Fähigkeit, Ideen in Worte und Handlungen zu verwandeln
- Glaubwürdigkeit unter Kollegen, Kollegen und Untergebenen
- Zuhören und Fragen stellen
- Präsentationsfähigkeiten; gesprochenes Format
- Präsentationsfähigkeiten; geschriebene und / oder grafische Formate

# Effektivitätsfähigkeiten

- Beitrag zu Unternehmenszielen / Abteilungszielen
- Kundenorientierung
- Multitasking: paralleles Arbeiten an mehreren Aufgaben
- Verhandlungsgeschick
- Projektmanagement
- Überprüfen von Vorgängen und Implementieren von Verbesserungen
- Leistungsstandards intern und extern setzen und pflegen
- Prioritäten für Aufmerksamkeit und Aktivität setzen
- Zeiteinteilung

# Interpersonelle Fähigkeiten

- Coaching und Mentoring Fähigkeiten
- Diversity Skills: Arbeiten mit verschiedenen Menschen und Kulturen
- Vernetzung innerhalb der Organisation
- Vernetzung außerhalb der Organisation
- Arbeiten in Teams; Kooperation und Engagement



## Do You Have the Traits to Be a Manager?

- Persönlichkeit und Interessen
- Soziale Orientierung
  - Angezogen zu arbeiten mit anderen in einer hilfreichen oder erleichternden Weise; bequemer Umgang mit Menschen.
- Unternehmungslustige Orientierung
  - Arbeiten Sie mit Menschen auf eine aufsichtsreiche oder überzeugende Weise, um ein Ziel zu erreichen.



# Do You Have the Traits to Be a Manager?

- Competencies
  - Managerial Competence
    - The motivation and skills required to gain a management position, including intellectual (analytical), emotional, and interpersonal skills.
  - Career Anchor
    - A dominant concern or value that directs an individual's career choices and that the person will not give up if a choice must be made.



# Defining Leadership

- Leader Versus Manager

## Managing

Broader in scope

Focuses on non-behavioral issues

## Leading

Emphasizes behavioral issues





# Leading and Managing

## Management

- Plays a positive role in the achievement of goals
- The technical discipline of applying and administering authority over others
- Authority is determined by the formal structure of the organisation

*The manager is the dynamic, life-giving element in every business. Without his leadership, the resources of production remain resources and never become production. In a competitive economy above all, the quality and performance of managers determine the success of the business, indeed they determine survival. [Peter Drucker]*

# Führung und Management

## Führung

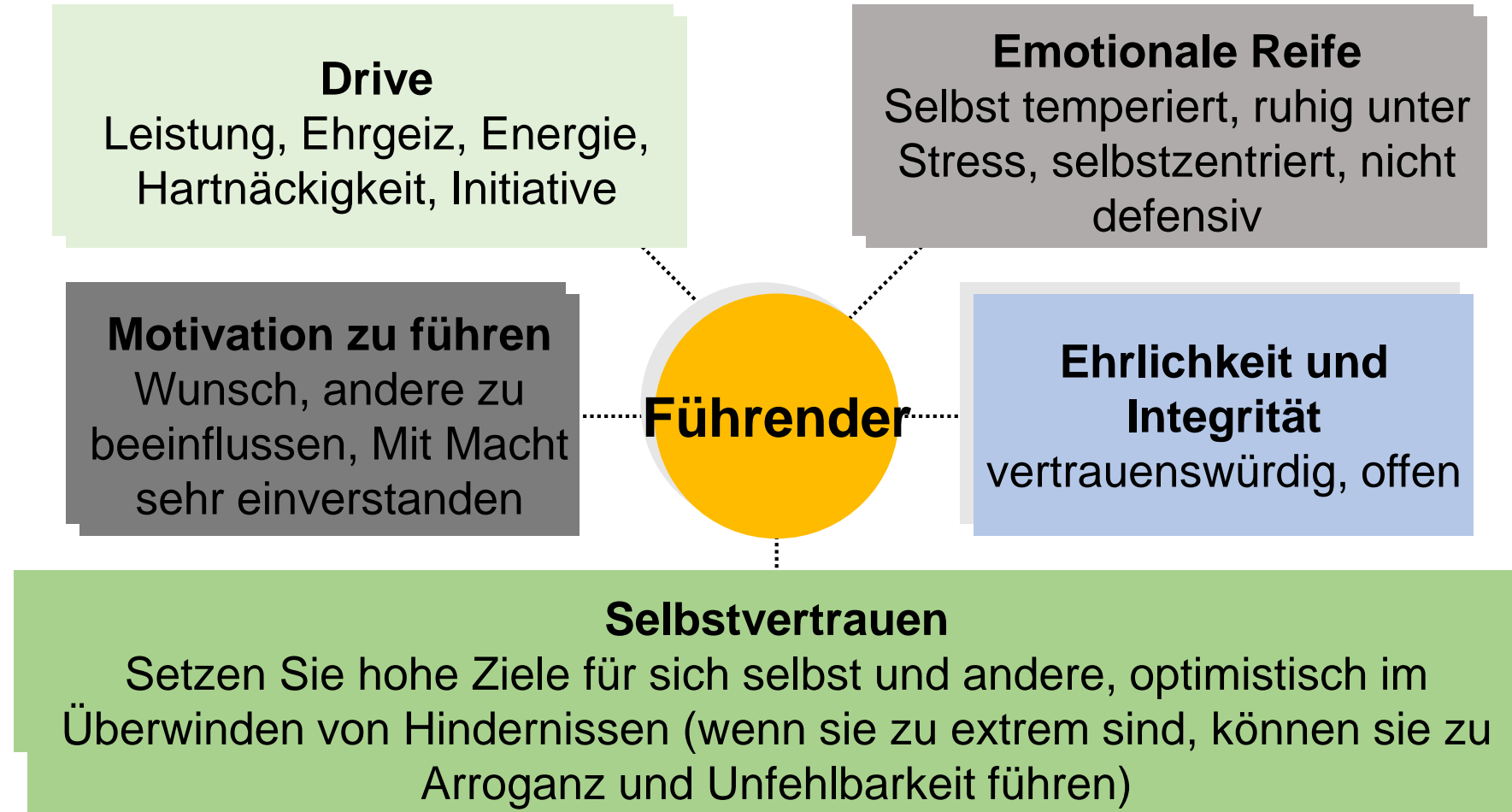
Die Qualität, durch persönlichen Einfluss Ergebnisse von anderen zu erhalten;  
erfordert die richtige individuelle Fähigkeit und Einstellung

Beeinflussung anderer durch Persönlichkeit oder Handlung

- Die Merkmale nähern sich der Aussage:  
"Führungskräfte werden geboren und nicht gemacht"
- Fähigkeiten und Attribute  
Lehrbar, vorausgesetzt, der Einzelne möchte lernen
- Intelligenz  
Kann nicht gelehrt, aber selten als Erfolgsbeschränkung angesehen werden

Weitere Forschung notwendig denn – Es gibt kein alleiniges Erfolgsrezept

# Führungseigenschaften





# Führungsverhalten:

- Führungsstile
- Enge Aufsicht  
Ein Führungsstil, der eine enge und praktische Überwachung der Untergebenen und ihrer Arbeit beinhaltet.
- Laissez-faire Führer  
Ein Anführer, der die Aufsicht über die Untergebenen nicht in die Hand nimmt.
- Generalführer  
Ein Anführer, der einen Mittelweg zwischen enger Aufsicht und Laissez-faire-Führung wählt.



# Partizipativ und Autokratisch

- Teilnehmende Führung – partizipative Führung  
Eine Führungskraft, die das Problem mit Unterebenen als Gruppe teilt, so dass sie gemeinsam Alternativen generieren und bewerten können, um einen Konsens über eine Lösung zu erzielen.
- Autokratischer Führung  
Ein Führer, der Probleme löst und die Entscheidungen allein trifft, indem er die zu diesem Zeitpunkt verfügbaren Informationen nutzt.



# Transactional versus Transformational Leadership

- **Transaktionales Führungsverhalten**  
Führungsaktivitäten, die darauf ausgerichtet sind, die anstehenden Aufgaben zu erfüllen und gute Arbeitsbeziehungen durch den Austausch von Leistungsversprechen zu erhalten.
- **Transformationales Führungsverhalten**  
Führungsmaßnahmen, die große Veränderungen in den Einstellungen und Annahmen von Organisationsmitgliedern beeinflussen und Engagement für die Mission, Ziele und Strategien der Organisation aufbauen.



# Taylor's vier Managementprinzipien

- 1. Entwickeln Sie eine Wissenschaft für jedes Element der Arbeit eines Individuums, die die alte Faustregel-Methode ersetzen wird.**
- 2. Wissenschaftlich auswählen und dann trainieren, lehren und entwickeln den Arbeiter.**
- 3. Arbeiten Sie herzlich mit den Arbeitern zusammen, um sicherzustellen, dass alle Arbeiten in Übereinstimmung mit den Grundsätzen der entwickelten Wissenschaft durchgeführt werden.**
- 4. Teilen Sie Arbeit und Verantwortung fast gleichmäßig zwischen Management und Mitarbeitern auf. Das Management übernimmt alle Arbeiten, für die es besser geeignet ist als die Arbeiter.**



# Fayol's 14 Prinzipien des Managements

**1. Arbeitsteilung**

**2. Autorität**

**3. Disziplin**

**4. Führungseinheitlichkeit**

**5. Richtungseinheitlichkeit**

**6. Unterordnung von Einzelinteressen zum Allgemeininteresse**

**7. Vergütung**

**8. Zentralisierung**

**9. Skalare Kette**

**10. Auftrag**

**11. Eigenkapital**

**12. Stabilität der Amtszeit des Personals**

**13. Initiative**

**14. Esprit de Corps**





# Stakeholder-Beziehungen

- Interessengruppen

- Alle Wahlkreise in der Umgebung der Organisation, die von den Entscheidungen und Handlungen der Organisation betroffen sind

- Warum Stakeholder-Beziehungen verwalten?

- Dies kann zu einer verbesserten organisatorischen Leistung führen.
- Angesichts der Interdependenz der Organisation und ihrer externen Stakeholder ist dies das "Richtige".



# Managen von Stakeholder Beziehungen

1. Identifizieren Sie die externen Stakeholder der Organisation.
2. Bestimmen Sie die besonderen Interessen und Anliegen der externen Stakeholder.
3. Entscheiden Sie, wie kritisch jeder externe Stakeholder für die Organisation ist.
4. Bestimmen Sie, wie Sie jede einzelne externe Stakeholder-Beziehung verwalten.

# Organisationsbezogene Stakeholder





# Aktuelle Trends und Herausforderungen, die im Blick zu halten sind

- Globalisierung
- Verstaatlichung
- Ethik
- Mitarbeitervielfalt
- Unternehmergeist
- E-Business Boom
- Wissensgesellschaft
- Sachkundiger Kunde
- Lernende Organisationen
- Qualitätsfokus
- Anpassung / Personalisierung
- Velocity Management (Antwortzeit und Zeitfaktoren))



# Marketing

- Identifiziert Ihre Kunden und deren Bedürfnisse und Wünsche.
- Entwickelt und verwendet Strategien, um Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung an die Kunden zu bringen.
- Erzeugt Interesse, indem er Ihren Wettbewerbsvorteil Ihren Kunden vermittelt.
- Steuert alle geschäftlichen Entscheidungen.



# Marktforschung

- Kann auf verschiedenen Ebenen durchgeführt werden:
  - Industrie
  - Marktsegment
  - Individueller Verbraucher
- Zwei Haupttypen:
  - **Primärforschung** direkt zu einem Thema oder Themen durchgeführt.
  - **Sekundärforschung**, die indirekt durch andere vorhandene Ressourcen durchgeführt wird.



# Ihre Branche kennen

- Wie groß ist die Branche in Einheiten und finanziellen Wert?
- Wie groß ist die geografische Reichweite der Branche?
- Ist es eine "Nische" oder eine Massenmarkt-Industrie?
- Wie sieht die Rentabilität der Industrie aus?
- Welche Trends gibt es in der Branche?
- Wie ist die Struktur der Industrie?
- Was machen Wettbewerber in der Branche?



# Kundenentscheidungen treffen

- Bewusstsein für ein Bedürfnis oder Bedürfnis.
- Informationssuche.
- Bewertung von Alternativen.
- Kaufentscheidung
- Bewertung des Kaufs





# Kundenwahrnehmung gestalten

- Funktionen schaffen Vorteile.
  - Feature - eine Tatsache über ein Produkt oder eine Dienstleistung.
  - Nutzen - was die Funktion bietet, um die Anforderungen eines Kunden zu erfüllen.
- Wie Bedürfnisse, Wünsche und Anforderungen sich unterscheiden.
  - Ein Bedürfnis zu erfüllen löst ein Problem.
  - Wünsche-Bedürfnisse mit individuellen Vorlieben.
  - Forderungen - will von Kaufkraft unterstützt werden.



# Ein Marktsegment wählen

- Ein **Marktsegment** ist eine Gruppe von Verbrauchern oder Unternehmen, die auf eine bestimmte Art von Produkt oder Dienstleistung ähnlich reagieren.
- Es ist **schwierig, sehr unterschiedliche Marktsegmente gleichzeitig zu erreichen.**
- Ein Unternehmen, das sich **auf ein Marktsegment konzentriert, wird wahrscheinlich besser abschneiden** als ein Unternehmen, das versucht, an alle zu verkaufen.



# Market Segmentation Methods

- **Geographische Aufteilung** nach Standort.
- **Demographische Aufteilung** nach Alter, Geschlecht, Einkommen und / oder Bildung.
- **Psychografische Trennung** durch psychologische Unterschiede (wie Meinungen oder Lebensstile).
- **Verhaltensteilung** des Marktes basierend auf **beobachtetem Kaufverhalten**.



# Möglichkeiten- / Chancenanalyse

- **Industrieanalyse** - Definition, Größe und Wachstum / Niedergang der Branche.
- **Umweltanalyse** - wie sich Gemeinschaft, Region, Nation, Welt auf das Geschäft beziehen.
- **Nachweis über Marktchancen in Dollar und Einheiten.**
- **Zielmarktsegmente** - Gruppen, die durch gemeinsame Faktoren wie Demographie, Psychographie, Alter und Geografie definiert werden.
- **Wettbewerbsanalyse** - Vergleich des Geschäfts mit direkten und indirekten Wettbewerbern



# Marketing Strategie und Marketingplan

- **Marketingmix** (die “vier Ps”).
  - Products/Services - **Produkte**
  - Pricing - **Preisgestaltung**
  - Promotion - **Werbung und Öffentlichkeitsarbeit**
  - Place - **Ort**
- **Marketingplan-Erklärung der Marketing-Ziele und die Strategien, um sie zu erreichen.**



# Ihr Wettbewerbsvorteil

- Notwendigkeit einer Strategie, um die Konkurrenz zu schlagen.
  - Nachhaltigkeit
  - Der Wettbewerb kann direkt oder indirekt sein.
- Wird meine Idee erfolgreich sein?
  - Führen Sie Kunden- und Marktforschung durch und führen Sie eine Wettbewerbsanalyse durch.



# Kritischer Erfolgsfaktoren

- **Qualität:** Können Sie eine höhere Qualität bieten als konkurrierende Unternehmen?
- **Preis:** Können Sie nachhaltig einen niedrigeren Preis anbieten als Ihre Konkurrenz?
- **Standort:** Finden Sie einen günstigeren Standort für Kunden?
- **Auswahl:** Können Sie eine größere Auswahl anbieten?
- **Service:** Können Sie einen besseren, persönlicheren Kundenservice bieten?
- **Geschwindigkeit:** Können Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung schneller liefern?



# Ist ihr Wettbewerbsvorteil stark genug?

- Verkauf an einen Markt:
  - Das ist groß und wächst.
  - Wo der Wettbewerb Gewinn machen kann.
  - Wenn der Wettbewerb erfolgreich ist, aber nicht so stark ist, dass ein neuer Unternehmer nicht teilnehmen kann.
- Ein Produkt oder eine Dienstleistung verkaufen:
  - Das löst Probleme, die die Verbraucher mit der Konkurrenz haben können.
  - Zu einem wettbewerbsfähigen Preis, der Kunden anlockt.
- Sicher sein zu:
  - Verstehen Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden.
  - Haben Sie einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil oder mehrere sich entwickelnde Vorteile.
  - Stellen Sie sicher, dass Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden zum richtigen Preis erfüllen.





# Den Wettbewerb prüfen

## **Alleinstellungsmerkmal (USP):**

**Welche Merkmale / Vorteile heben Ihr Geschäft von der Konkurrenz ab?**

**Vergleichen Sie, was Ihr Unternehmen anbietet mit dem, was Wettbewerber anbieten.**

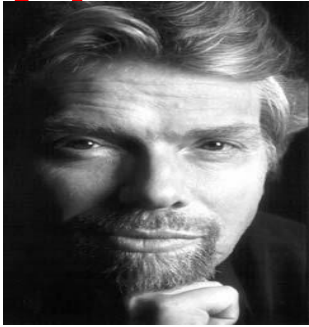
**Stellen Sie fest, ob Sie einen Kostenvorteil oder einen Kostennachteil haben.**



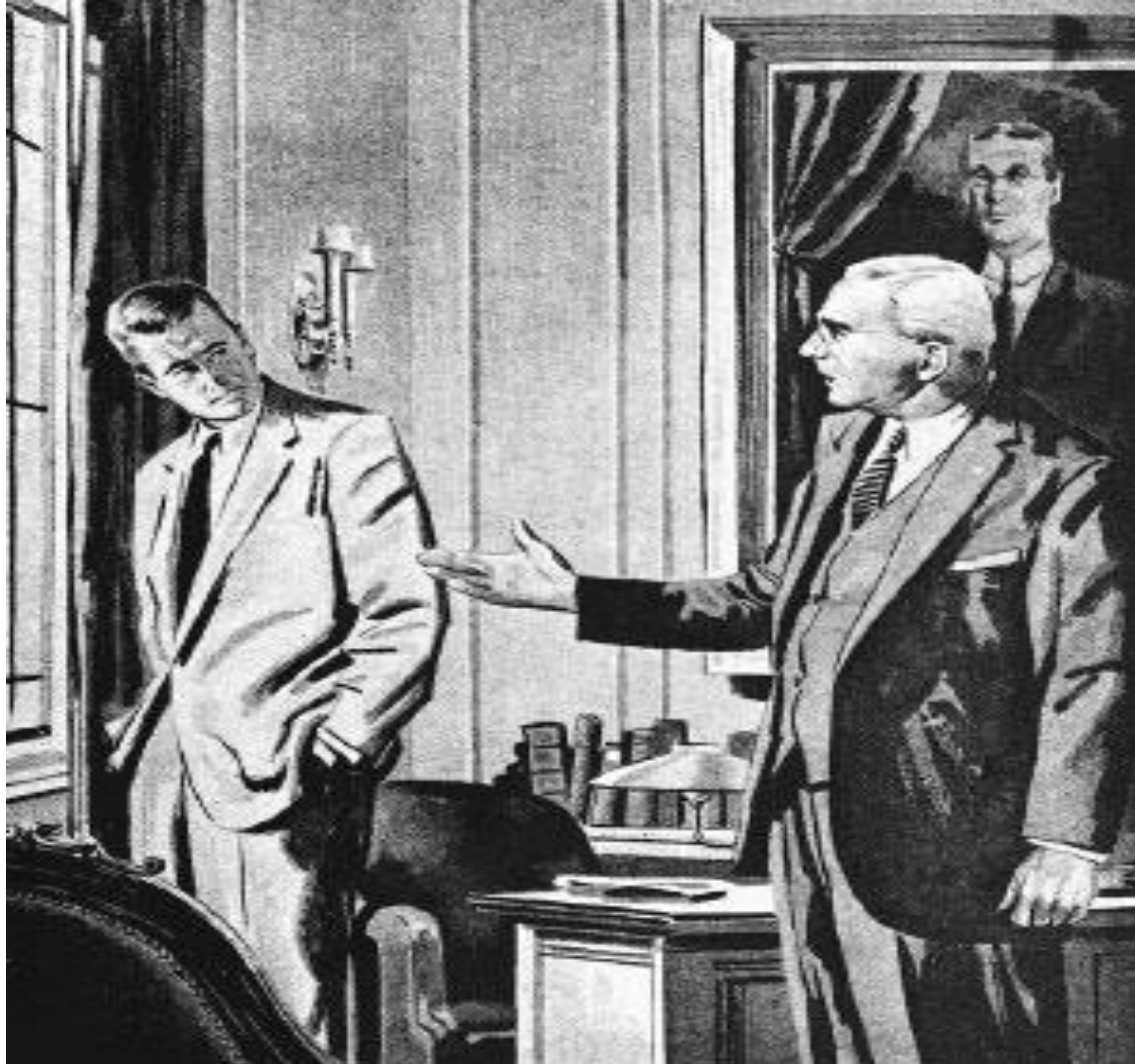
*Phase 3*

*Wissen überprüfen*

# Übung 1: Wer ist das?



# Überung 2: Was geschieht hier?



**Source:** David A. Kolb, Irwin M. Rubin, and James M. McIntyre, *Organizational Psychology: An Experiential Approach* (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1971), p. 55.



# Übung 3: Haben Sie einen Geschäftssinn?

- Sind Sie ein Selbststarter?
- Wie gut vertraut sind Sie mit verschiedenen Persönlichkeiten?
- Wie gut können Sie sich entscheiden?
- Hast du die körperliche und emotionale Ausdauer, um ein Geschäft zu führen?
- Wie gut planen und organisieren Sie?
- Ist Ihr DRIVE stark genug, um Ihre Motivation aufrechtzuerhalten?
- Wie wird sich das Geschäft auf Ihre Familie / Ihr Leben auswirken?



## Übung 4: Der Existenzgründungsprozess

Gestalten und Präsentieren Sie ihren eigenen Existenzgründungsprozess / Entrepreneurial Process.



## Weitere Quellen

- **Herausforderungen für Frauen:  
Challenges Women Entrepreneurs Face**
  - <https://www.businessnewsdaily.com/5268-women-entrepreneur-challenges.html>
- **Frauen als Existenzgründer:  
Women's Entrepreneurship**
  - [https://www.dol.gov/wb/media/Tconf\\_GrWomen\\_factsheet.pdf](https://www.dol.gov/wb/media/Tconf_GrWomen_factsheet.pdf)



**Danke, dass Sie sich die Zeit genommen  
haben dieses Modul zu absolvieren.**

## **Weitere Informationen**

*finden Sie auf unserer Website  
[Green-entrepreneurship.online](https://www.green-entrepreneurship.online)*