1 Sammlung der Definitionen (Grundlagen Marketing-Organisation)

Definition Organisation	1. Definiert die Gesamtaufgabe des Unternehmens, aufgrund von Unternehmenszweck, U.zielen und U.verhaltensnormen. 2. Gliedert der Gesamtaufgaben in Teil- und Einzelaufgaben. 3. Zuteilung der Einzelaufgaben an bestimmte Aufgabenträger, und Stellenbildung.
Hauptelemente	**Mensch, Ziel, Aufgabe, Sachmittel**
AKV	Aufgabe, Kompetenz, Verantwortung
Organisation	Besteht aus 2 gleichberechtigten Teilen, folgend erwähnt
Aufbauorgan.	Hilfsmitt.:Organigramm, Stellenbeschr. Organisations-Handbuch
Ablauforgan.	Ablaufdia., Flussdia., Richtlinien, Arbeitsanweis., Entscheidungstab.
Formale Eleme.	Aufgabe, Kompetenz, Stelle, Verbindung. (S. 12)
Arten v. Kompetenz.	Ausführ-., Verfügungs-., Antrags- , Entscheidungs- , Mitsprache- , Anordnungskompe.
3 Typen v. Stellen	Ein-Pers. Stellen, Mehr-Pers. Stellen, Mensch-Maschinen Einheiten
Projekt	Einmaliges Vorhaben,
Funktionsdiagra.	Braucht es dann, wenn verschieden Stellen, mit verschiedenen Kompetenzen, für eine gewisse Zeit zusammenarbeiten sollen (Produktentwicklung, Projekt).
3 Typen Projekt-organisation	Projektkoordinator — Linie dominat Integrierte Projektorganisation — ausgewogen Reine Projektorganisation — PL dominant
Defin. Organigram.	Als Organigramm bezeichnet man die stammbaumartige Darstellung des organisatorischen Ablaufes.
Passarellen	Haben ausschliesslich Mitteilungswegcharakter
Defin. Kommuni.	Kommunikation ist personen-, sach- und zeitgerecht zu informieren.
Zentr. Stellen	= Service Centers Personalabteilung, EDV-Abteilung, zentr. Planungsabteilung, Finanz und Controlling, Abteilung Recht, zentr. Marketing, PR-Abteilung, F&E
Die 7 w's	Bei Projektmanagement: warum, was, wieviel, wer, wo, wann, wie gut?
Versch. Managementstechniken	MbO, 90% Objectives, Zielvereinb. — MbD, Delegation, Delegation — MbE, Exception, Entscheid.spielr. — MbR, Results, Resultate — MbM, Motivation, Motivation — MbI Ideas Ideen
MbO	Zielvorgabe, Zielvereinbarung, Zielorientierung
MbE	Eingreifen bei Ausnahmefällen, es braucht eine Abweichungskontrolle.
Führungsstils	despotisch, patriarchalisch, partizipativ, demokratisch Diktat des Chefs, Entscheidet m. Rücksicht, Mitarb.mitsprache, Gruppe entscheidet
Definition Intern. Marketing	Ist die systematische Optimierung unternehmerischer Prozesse mit Instrumenten des Marketing- und Personalmanagementes, um durch eine konsequente und gleichzeitig Kunden- und Mitarbeiterorientierung das Marketing als interne Denkhaltung durchzusetzen, damit die marktgerichteten Unternehmensziele effizient erreicht werden können.
6 P's, int. Marketing	Mitarbeiterpersönlichkeit = Product, Lohnsystem = Price, Motivation = Physical envirement, Arbeitsplatz, -umfeld = Place, Aufbau- und Ablauforganisation = Prozess, interne PR/ Kommunikation = PR