

Inhoud

Onderdeel A Communicatie

Hoofdstuk 1 **Communicatie en informatie**

1.1	Inleiding	15
1.2	Het communicatieproces	16
1.3	Ruis in de communicatie	17
1.4	Vormen van communicatie	18
1.5	Van gegevens naar informatie	19
1.6	Selectieve perceptie	20
1.7	Formele en informele communicatie	21

Hoofdstuk 2 **Communicatie en organisatie**

2.1	Inleiding	25
2.2	Corporate communicatie	26
2.3	Communicatiemedia	27
2.4	Interne communicatie	28
2.5	Communicatiestructuur	29
2.6	Vormen van formele communicatie	32
2.7	Vergaderen	33
2.8	Besluitvorming	36

Hoofdstuk 3 **Communicatie en medewerker**

3.1	Inleiding	41
3.2	Motivatie van medewerkers	41
3.3	Gesprekken met individuele medewerkers	44
3.4	Conflicten	46
3.5	De ondernemingsraad	49

Onderdeel B Personeelsmanagement

Hoofdstuk 4 Personeel en beleid

4.1	Inleiding	55
4.2	Personeelsplan	56
4.3	Werving en selectie	57
4.4	Arbeidsovereenkomst en arbeidsvoorwaarden	58
4.5	Soorten aanstellingen	60
4.6	Arbeidsomstandigheden	61
4.7	Werkstructurering en motivatie (arbeidssatisfactie)	63

Hoofdstuk 5 Personeel en begeleiding

5.1	Inleiding	67
5.2	Personeelsbeoordeling	67
5.3	Loopbaanplanning	70
5.4	Beëindiging van de dienstbetrekking	72

Hoofdstuk 6 Personeel en beloning

6.1	Inleiding	77
6.2	Functiewaardering	77
6.3	Beloningssystemen	78
6.4	Uitgangspunten van het Nederlandse socialezekerheidsstelsel	80

Onderdeel C Financieel management

Hoofdstuk 7 Balans en winst-en-verliesrekening

7.1	Inleiding	87
7.2	De jaarrekening	88
7.3	De balans	92
7.4	De winst-en-verliesrekening	95
7.5	Liquiditeit, solvabiliteit en rentabiliteit	96

Hoofdstuk 8 Kosten en kostprijs

8.1	Inleiding	103
8.2	Kostencategorieën	103
8.3	Constante en variabele kosten	105
8.4	Directe en indirecte kosten	107
8.5	Kostprijsberekening volgens de opslagmethode	108
8.6	Kostprijsberekening volgens de delingscalculatie	111
8.7	Fabricagekostprijs en commerciële kostprijs	112
8.8	Begroting en budget	112
8.9	Verschillenanalyse	113
8.10	Break-evenberekeningen	115
8.11	Make or buy en outsourcing	117

Onderdeel D Marketingmanagement

Hoofdstuk 9 Marketingstrategie

9.1	Inleiding	123
9.2	Marktonderzoek	124
9.3	Concurrentieanalyse	126
9.4	Vormen van concurrentie	127
9.5	Groei en marketingstrategie	128
9.6	Vormen van marketing	133
9.7	Benchmarking	134

Hoofdstuk 10 Marketingbeleid

10.1	Inleiding	137
10.2	Productbeleid	138
10.3	Plaatsbeleid (distributiebeleid)	144
10.4	Promotiebeleid	147
10.5	Prijsbeleid	149
10.6	Productlevenscyclus	151

Onderdeel E Kwaliteitsmanagement

Hoofdstuk 11 Kwaliteitsbeleid

11.1	Inleiding	159
11.2	Kwaliteit	159
11.3	Van kwaliteitscontrole naar kwaliteitsmanagement	163

Hoofdstuk 12 Kwaliteitsanalyse en normering

12.1	Inleiding	169
12.2	Instrumenten ten behoeve van kwaliteitsbeheersing	169
12.3	De maatschappelijke verantwoordelijkheid van organisaties	173
12.4	Kwaliteitsnormen en keurmerken	174

Onderdeel F Productie- en logistiek management

Hoofdstuk 13 Productiemanagement

13.1	Inleiding	183
13.2	Vormen van productie	184
13.3	Inspectie en onderhoud	185

Hoofdstuk 14 Logistiek en voorraadbeheer

14.1	Inleiding	189
14.2	Een praktijkvoorbeeld	190
14.3	Routing en lay-out	192
14.4	Inkoop- en voorraadbeleid	192

Onderdeel G Informatiemanagement

Hoofdstuk 15 Informatie en beleid

15.1	Inleiding	205
15.2	Informatiebehoefte	206
15.3	Informatiebeleid	209
15.4	Informatiemanager	210

Hoofdstuk 16 Informatie en organisatie

16.1	Inleiding	215
16.2	Informatiesystemen	215
16.3	Het gebruik van informatiesystemen	219

Register		222
-----------------	--	-----