

[Mobile book] Handbuch Handel: Strategien ndash; Perspektiven ndash; Internationaler Wettbewerb (German Edition)

## **Handbuch Handel: Strategien ndash; Perspektiven ndash; Internationaler Wettbewerb (German Edition)**

*From Springer Gabler*  
*ebooks | Download PDF | \*ePub | DOC | audiobook*



DOWNLOAD



READ ONLINE

#4597176 in eBooks 2013-02-26 2013-02-26 File Name: B00C0Q9RCO | File size: 47.Mb

**From Springer Gabler : Handbuch Handel: Strategien ndash; Perspektiven ndash; Internationaler Wettbewerb (German Edition)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Handbuch Handel: Strategien ndash; Perspektiven ndash; Internationaler Wettbewerb (German Edition):

Namhafte Wissenschaftler und Berater sowie hochkarätige Vertreter der Unternehmenspraxis beleuchten in 46 Beiträgen die wesentlichen Entwicklungstendenzen im Handel - vorrangig im Einzelhandel - aus einer internationalen Perspektive und nehmen Stellung zu Erscheinungsformen, Rahmenbedingungen, Einflussfaktoren, nationalen und regionalen Strukturen und Besonderheiten, strategischen Stützrichtungen und Konzepten, Betriebs- und Vertriebstypen, Handelsmarketing, Beschaffungs- und Supply-Chain-Management, Corporate Management sowie Handel und Innenstadt.

"Interessant abgerundet werden die Themen durch eine internationale Perspektive." BBE Chef-Telegramm - Aktueller Beratungsbrief für die Unternehmensführung im Einzelhandel, 10/2006 "Das Handbuch liefert auf mehr als 1000 Seiten Führungskräften aus Industrie, Handel und Dienstleistungen wertvolle Orientierungspunkte und zeigt ihnen Leitlinien einer erfolgreichen Unternehmensführung im Handel auf." Fashion Technics Today - Das internationale Fachmagazin für die Textil- und Bekleidungsindustrie, 15/2006 "[...] eine aktuelle Bestandsaufnahme vielfältiger Entwicklungen des Einzelhandels mit besonderer Berücksichtigung der wachsenden Internationalisierung." TextilWirtschaft, 19/2006 "Sauber strukturiert, akademisch korrekt, auf der Höhe der Zeit." Horizont, 18.05.2006 "Joachim Zentes präsentiert im 'Handbuch Handel' den State of the Art des internationalen Handelswissens." Wirtschafts im Saarland (IHK-Journal), 04/2006

Der Wettbewerb im Handel ist durch vielfache Herausforderungen geprägt, sei es durch neue Geschäftsmodelle, durch neue Konkurrenten und Kooperationspartner oder neue elektronische Formate. Im Handbuch Handlungspunkte präsentieren namhafte Wissenschaftler und hochkarätige Vertreter der Unternehmenspraxis den State of the Art des internationalen Handelswissens. Sie diskutieren zahlreiche Beiträge die wesentlichen Entwicklungstendenzen im Handel, analysieren erfolgreiche beschaffungs- und absatzmarktorientierte Strategien und illustrieren diese anhand nationaler und internationaler Fallbeispiele. In der 2. Auflage wurden alle Beiträge im Hinblick auf neue Entwicklungen im zukunftsorientierten Handel vollständig überarbeitet.

Der Inhalt: Strategien im Handel; Betriebs- und Vertriebstypen; Handelsmarketing; Beschaffung und Supply-Chain-Management; Unternehmensführung

Die Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte aus Handelsunternehmen, aus Unternehmen der Konsumgüterindustrie und aus dem Dienstleistungsbereich; Stadtentwickler und Raumplaner; Kommunal- und Landespolitiker; Lehrende und Studierende

Die Herausgeber: Prof. Dr. Joachim Zentes ist Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Einzelhandel und Internationales Management, und Direktor des Instituts für Handel Internationales Marketing (H.I.M.A.) der Universität des Saarlandes, Saarbrücken. Prof. Dr. Bernhard Swoboda ist Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel, der Universität Trier. Prof. Dr. Dirk Morschett ist Inhaber des Lieberr/Richemont-Lehrstuhls für Internationales Management der Universität Freiburg, Schweiz. Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein ist Inhaberin des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, der Universität Siegen.

About the Author: Prof. Dr. Joachim Zentes ist Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Einzelhandel und Internationales Management, und Direktor des Instituts für Handel Internationales Marketing (H.I.M.A.) der Universität des Saarlandes, Saarbrücken. Prof. Dr. Bernhard Swoboda ist Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel, der Universität Trier. Prof. Dr. Dirk Morschett ist Inhaber des Lieberr/Richemont-Lehrstuhls für Internationales Management der Universität Freiburg, Schweiz. Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein ist Inhaberin des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, der Universität Siegen.