

Preispolitik Uni Taschenbuecher M Grundwissen Der

Zurück zur sozialen Marktwirtschaft!
 National Union Catalog
 Deutsche Bibliographie
 Deutsches Bucherverzeichnis
 Deutsche oekonomist
 Marketingorganisation
 Bibliographie der Wirtschaftswissenschaften
 Strategy and Structure
 Zeitschrift für betriebswirtschaft
 University of California Union Catalog of Monographs Cataloged by the Nine Campuses from 1963 Through 1967: Authors & titles
 Price Management
 Die Führung des Betriebes
 Produktmodifikation
 An Introduction to Molecular Biotechnology
 The Science of "Muddling Through"
 Power Pricing
 Konsumentenpsychologie und Konsumentenverhalten
 Preispolitik im Kulturbetrieb
 Sachkatalog
 The Economic Consequences of the War
 Monographic Series
 Bibliographie der Staats-und Wirtschaftswissenschaften
 Boundless cyber world?
 Spinning the Semantic Web
 Relationship Marketing
 Wertorientierte Fabrikplanung
 Chemische industrie
 □□□□□□□□
 Das französische Bankwesen
 Investition
 The Silent Revolution
 The History of Marketing Thought
 Einführung in die Mikroökonomik
 Reichs-Arbeitsblatt
 Barsortiment-Lagerkatalog
 Betrachtungen zur deutschen preispolitik in der textilwirtschaf...
 Markt- und Produktmanagement
 Marketing Problems
 Preisgestaltung in der us-petroleumindustrie
 Ausbildung und Beratung in Land- und Hauswirtschaft

Preispolitik Uni Taschenbuecher M Grundwissen Der

Downloaded from hl.uconnect.hi.u.edu by guest

BEATRICE CARNEY

Zurück zur sozialen Marktwirtschaft! Springer

This exploration of the statistical evidence on Germany's post-war reconstruction sheds new light on the foundations of German economic power.

National Union Catalog John Wiley & Sons
 Includes entries for maps and atlases.

Deutsche Bibliographie Princeton University Press

Ludwig Erhards Slogan "Wohlstand für Alle" ist fast 60 Jahre nach der Veröffentlichung nur noch eine leere Phrase. Die Soziale Marktwirtschaft ist gänzlich aus dem Fokus der Politik verschwunden. Stattdessen agierten globale Kartelle, die in der Lage sind, selbst Regierungen gegeneinander auszuspielen. Die neuen "Masters of the Universe", die Googles, Facebooks und Blackrocks dieser Welt, sind kaum zu fassende, multinationale Gebilde, die sich jedweder

Reglementierung entziehen, wenig Steuern zahlen und als "Dank" mit den Geheimdiensten dieser Welt zusammenarbeiten und mit sensiblen Informationen dealen. Politiker sind bestenfalls Randfiguren in einem Spiel, das sie längst nicht mehr verstehen. Mit hektischen

Rettungsmaßnahmen vollauf beschäftigt, lassen sie einem Kasino-Kapitalismus freien Lauf, in dem nicht nur die Mitspieler mit gezinkten Karten spielen, sondern auch noch der Croupier manipuliert. Ulrich Horstmann deckt schonungslos die modernen Machtzirkel auf, nennt die Profiteure beim Namen und zeigt, was der Einzelne tun kann, um sich zu wehren.

Deutsches Bucherverzeichnis Publishing Horizons, Incorporated

Das Leitmotiv dieser Dissertation ist die Frage nach dem Nutzen der Fabrikplanung. Dieser Frage begegnet der anwendungsorientierte Wissenschaftler in zwei Bereichen. Zum einen stellt sich diese Frage bei jedem anstehenden Fabrikplanungsprojekt in der industriellen Praxis, bei dem die notwendigen Planungsschritte und das Projektdesign festgelegt werden. Zur Maximierung seines Ertrages will der Auftraggeber Klarheit darüber, welcher Aufwand für die Planung gerechtfertigt ist. Zum anderen wird diese Frage gestellt, wenn es um die zukünftige wissenschaftliche

Weiterentwicklung der Fabrikplanung geht. Die Weiterentwicklung erfordert nach vielen Jahren der Erforschung von Einzelmodellen eine grundlegende Basis, die das Ursache-Wirkungs-Prinzip der Fabrikplanung durch eine evaluierbare Theorie zugänglich macht. Die Ursache bezieht sich dabei auf das planerische Handeln und die Wirkung auf die Vorteilhaftigkeit des Planungsergebnisses. Kernergebnis ist daher neben dem Bewertungsmodell "Return on Planning" die Einleitung eines Paradigmenwechsels. Bislang wird Fabrikplanung als ein Mittel zum Zweck gesehen. Die Ergebnisse der Arbeit zeigen jedoch, dass die Fabrikplanung einen unternehmerischen Mehrwert generieren kann. Dies führt zu einer völlig neuen Sichtweise und einer deutlichen Aufwertung der Fabrikplanung gegenüber anderen Funktionen des Unternehmens. Weiterhin können die primären Einflussgrößen bei der Konfiguration der Planung auf den Unternehmenswert herausgearbeitet werden und ein Modell der Wertentstehung durch Fabrikplanung konstruiert werden.

Deutsche oekonomist Springer-Verlag

This book shows how the seventy largest corporations in America have dealt with a single economic problem: the effective administration of an expanding business. The author summarizes

the history of the expansion of the nation's largest industries during the past hundred years and then examines in depth the modern decentralized corporate structure as it was developed independently by four companies—du Pont, General Motors, Standard Oil (New Jersey), and Sears, Roebuck. This 1990 reprint includes a new introduction by the author.

Marketingorganisation Springer-Verlag

Welche Bedeutung haben technische Ausstattung und soziale Zugangsorte für die Teilhabe im virtuellen Raum? Welchen Einfluss haben soziale Rahmenbedingungen auf Nutzungsdifferenzen und welche Ausprägungen finden sich in dieser Hinsicht bei Jugendlichen? In der Beantwortung dieser neuen Fragestellungen führt der Band international herausragende ExpertInnen aus verschiedenen Disziplinen zusammen. Zentrale Fragen der Bildungsteilhabe in der Informations- und Wissensgesellschaft gerade für die nachwachsende Generation, die häufig als DIE Mediengeneration schlechthin gilt, werden im Zusammenhang mit der Problematik der digitalen Spaltung thematisiert und systematisiert. Die erstmalige Zusammenführung dieser unterschiedlichen Blickwinkel führt zu neuen Erkenntnissen über die Bildungsherausforderungen des Internet.

Bibliographie der Wirtschaftswissenschaften epubli

Konsumentenpsychologie und Konsumentenverhalten - einfach erklärt! Der Kunde mit seiner Kaufentscheidung entscheidet über den Erfolg oder Misserfolg des Unternehmens. Wer die Psychologie des menschlichen Verhaltens kennt, kann den Konsumenten mit seinen Entscheidungen besser verstehen. Die Wahrnehmungs- und Werbepsychologie geht dabei auf die menschlichen Wahrnehmungsfehler ein und erklärt, wie Design wirkt und wie man Produkte und Werbeanzeigen gestalten sollte. Das Neuromarketing und die Marketingpsychologie betrachtet die Denkfehler, die der Kunde bei der Kaufentscheidung macht. Eine Kaufentscheidung ist nämlich weniger rational, als Sie denken. Wem es gelingt die Konsumentenpsychologie anzuwenden, der kann einen direkten Einfluss auf die Kaufentscheidung des Kunden nehmen. Erkennen auch Sie, welche Denkfehler Sie bei ihren persönlichen Entscheidungen machen. In diesem Buch finden Sie alle Themen, die Sie über die Wirtschaftspsychologie wissen müssen: ► Die Werbepsychologie ► Die Grundlagen der allgemeinen Psychologie ► Das Neuromarketing ► Die Verhaltenspsychologie ► Die Psychologie der Entscheidung ► Die Wahrnehmungspsychologie ► Die kognitive Psychologie Das Buch beinhaltet: ✓ Wirtschaftspsychologie einfach und verständlich erklärt ✓ Über 75 Abbildungen und Werbeanzeigen ✓ Praxisbeispiele, Tipps und Zusammenfassungen ✓ 35 Videos als zusätzliche Erklärung ✓ Mehr als 90 wissenschaftliche Quellen ✓ Für Einsteiger und Fortgeschrittene geeignet Starten Sie jetzt mit einem perfekten Einstieg in die Welt der Wirtschaftspsychologie. Verstehen Sie ihre Entscheidungen und wenden Sie das Wissen an, um ihre mentalen Prozesse zu verbessern. Kaufen Sie sich das Buch und profitieren auch Sie von den aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen der Verhaltenspsychologie.

Strategy and Structure MIT Press

In one compact volume, here are the innovative tactics business leaders need to attain maximum financial performance for their companies. Whether they're selling beer or land, this book is one book managers can't afford to ignore

Zeitschrift für betriebswirtschaft Springer-Verlag

Molecular biotechnology continues to triumph, as this textbook testifies - edited by one of the academic pioneers in the field and written by experienced professionals. This completely revised second edition covers the entire spectrum, from the fundamentals of molecular and cell biology, via an overview of standard methods and technologies, the application of the various "-omics", and the development of novel drug targets, right up to the significance of system biology in biotechnology. The whole is rounded off by an introduction to industrial biotechnology as well as chapters on company foundation, patent law and marketing. The new edition features: - Large format and full color throughout - Proven structure according to basics, methods, main topics and economic perspectives - New sections on system biology, RNA interference, microscopic techniques, high throughput sequencing, laser applications, biocatalysis, current biomedical applications and drug approval - Optimized teaching with learning targets, a glossary containing around 800 entries, over 500 important abbreviations and further reading. The only resource for

those who are seriously interested in the topic. Bonus material available online free of charge:

www.wiley-vch.de/home/molecbiotech

University of California Union Catalog of Monographs Cataloged by the Nine Campuses from 1963 Through 1967: Authors & titles Simon and Schuster

Das in drei Bände gegliederte Lehrbuch zur Einführung in die Mikroökonomik gibt einen umfassenden Einblick in die Modellwelt der Mikroökonomik (Band I), liefert zahlreiche Anwendungsbeispiele (Band II) und bietet mit über 100 Übungsaufgaben und Lösungen (Band III) eine solide Grundlage zur selbständigen Wissensüberprüfung wie auch zur Vorbereitung von Prüfungen. Im vorliegenden ersten Band „Theoretische Grundlagen“ werden in verständlicher Sprache, unterstützt durch eine Vielzahl an Abbildungen und unter Verwendung einfacher Mathematik, die Kerninhalte der mikroökonomischen Theorie dargestellt: · Das Modell des vollkommenen Marktes und Markteingriffe · Spieltheoretische Grundlagen · Alternative Marktmodelle · Unternehmenstheorie · Theorie der Haushalte · Faktormärkte · Marktversagen **Price Management** Kohlhammer Verlag

This book dives deep into the world of marketing, providing insightful and strategic solutions to common marketing problems. With real-world examples and practical advice, this book is an essential resource for anyone interested in marketing. This work has been selected by scholars as being culturally important, and is part of the knowledge base of civilization as we know it. This work is in the "public domain in the United States of America, and possibly other nations. Within the United States, you may freely copy and distribute this work, as no entity (individual or corporate) has a copyright on the body of the work. Scholars believe, and we concur, that this work is important enough to be preserved, reproduced, and made generally available to the public. We appreciate your support of the preservation process, and thank you for being an important part of keeping this knowledge alive and relevant.

Die Führung des Betriebes Irvington Publishers

Der Zusammenhang zwischen der physikalisch-chemischen Produktrealität und der Kaufentscheidung der Konsumenten wird bei Anbietern häufig überschätzt. Der Autor entwirft Hypothesen über die Strukturierung dieser Beziehung.

Produktmodifikation Springer-Verlag

In this book, the world's foremost experts on pricing integrate theoretical rigor and practical application to present a comprehensive resource that covers all areas of the field. This volume brings together quantitative and qualitative approaches and highlights the most current innovations in theory and practice. Going beyond the traditional constraints of "price theory" and "price policy," the authors coined the term "price management" to represent a holistic approach to pricing strategy and tactical implementation. They remind us that the Ancient Romans used one word, pretium, to mean both price and value. This is the fundamental philosophy that drives successful price management where producer and customer meet. Featuring dozens of examples and case studies drawn from their extensive research, consulting, and teaching around the world, Simon and Fassnacht cover all aspects of pricing following the price management process with its four phases: strategy, analysis, decision, and implementation. Thereby, the authors take into account the nuances across industry sectors, including consumer goods, industrial products, services, and trade/distribution. In particular, they address the implications of technological advancements, such as the Internet and new measurement and sensor technologies that have led to a wealth of price management innovations, such as flat rates, freemium, pay-per-use, or pay-what-you-want. They also address the emergence of new price metrics, Big Data applications, two-sided price systems, negative prices, and the sharing economy, as well as emerging payment systems such as bitcoin. The result is a "bible" for leaders who recognize that price is not only a means to drive profit in the short term, but a tool to generate sustained growth in shareholder value over the longer term, and a primer for researchers, instructors, and students alike. Praise for Price Management "This book is truly state of the art and the most comprehensive work in price management." - Prof. Philip Kotler, Kellogg School of Management, Northwestern University "This very important book builds an outstanding bridge between science and practice." - Kasper Rorsted,

CEO, Adidas "This book provides practical guidelines on value creation, communication and management, which is an imperative for businesses to survive in the coming era of uncertainty." - Dr. Chang-Gyu Hwang, Chairman and CEO, KT Corporation (Korea Telecom)

An Introduction to Molecular Biotechnology FinanzBuch Verlag

Dieses Buch führt in die Strategien und Instrumente ein, mit denen Kulturbetriebe ihre Eintrittspreise erfolgreich gestalten können. Es werden Wege aufgezeigt, wie Potenziale zur Verbesserung der Eintrittserlöse ausgeschöpft werden können, ohne Besucher auszuschließen. Mit den Gestaltungsoptionen der Preispolitik können nicht nur Erlöse erzielt, sondern auch Besucherzufriedenheit und Besucherbindung aktiv beeinflusst werden. Neben den klassischen Instrumenten der Preisdifferenzierung werden mit Dynamic Pricing, Pay-What-You-Want, Pay-Per-Use und dem freien Eintritt in Museen einige Preismodelle erläutert, die potenzielle Alternativen zu den bestehenden Praktiken sind.

The Science of "Muddling Through" Pearson Education

'Relationship Marketing' delivers a comprehensive unifying principle with which to approach the subject. Current debates are examined to develop both a theoretical and conceptual approach to the topic.

Power Pricing MIT Press

A guide to the Semantic Web, which will transform the Web into a structured network of resources organized by meaning and relationships.

Konsumentenpsychologie und Konsumentenverhalten Apprimus Wissenschaftsverlag

There are many marketing books, but only few which cover the design of marketing organisations. But it is essential in regards to the concrete realisation of market-orientated thinking to create suitable structures and processes. The authors explore arrangements, in order to improve customer-orientated processes and to structure responsibilities in accordance to the challenges, whilst always also considering supporting information technology systems. Furthermore, the requirements of organisational change are mentioned, as well as the influence of internationalisation. The evaluation is always based on efficiency criteria and numerous case studies are used in order to illustrate the points.

Preispolitik im Kulturbetrieb Legare Street Press

Bde. 16, 18, 21, and 28 each contain section "Verlagsveränderungen im deutschen Buchhandel."

Sachkatalog Springer-Verlag

This book contends that beneath the frenzied activism of the sixties and the seeming quiescence of the seventies, a "silent revolution" has been occurring that is gradually but fundamentally changing political life throughout the Western world. Ronald Inglehart focuses on two aspects of this revolution: a shift from an overwhelming emphasis on material values and physical security toward greater concern with the quality of life; and an increase in the political skills of Western publics that enables them to play a greater role in making important political decisions. Originally published in 1977. The Princeton Legacy Library uses the latest print-on-demand technology to again make available previously out-of-print books from the distinguished backlist of Princeton University Press. These editions preserve the original texts of these important books while presenting them in durable paperback and hardcover editions. The goal of the Princeton Legacy Library is to vastly increase access to the rich scholarly heritage found in the thousands of books published by Princeton University Press since its founding in 1905.

The Economic Consequences of the War Springer-Verlag

Eine traditionelle Kernaufgabe von Marketing-Entscheider betrifft die Planung und Gestaltung solcher Maßnahmen, die der Bearbeitung umfassender Märkte oder von Marktsegmenten dienen. Ihren konkreten betrieblichen Niederschlag findet diese Aufgabe sehr oft im Produktmanagement. Diesem Aufgabenfeld, wie es sich speziell für Business-to-Business-Märkte darstellt, ist der vorliegende Band des mehrbändigen Grundwerks "Technischer Vertrieb" gewidmet. Behandelt werden Methoden und Ansätze zum Management des Leistungsprogramms, der Distribution, der Kommunikation, des Leistungsentgelts und der Vertragsgestaltung. Die Perspektive ist dabei branchenübergreifend und umfaßt die gesamte Breite des Business-to-Business-Bereichs, also klassische Industriebranchen genauso wie den industriellen Dienstleistungssektor.