

Betriebswirtschaftslehre des Handels

Die Autoren ordnen den Handel in das Wirtschaftssystem ein, analysieren die zahlreichen Erscheinungsformen von Handelsbetrieben und untersuchen das strategische und das operative Handelsmanagement sowie das Handelscontrolling. An wissenschaftlichen Ansätzen zeigen sie auf, wie man zu neuen Erkenntnissen gelangen kann. Dabei sind ihre Überlegungen und Lösungen auf die drängenden Fragen der Handelspraxis gerichtet: das Absatzmarketing, das Beschaffungsmarketing, die Warenwirtschaft sowie die Unterstützung des Managements mit geeigneten Kennzahlen und Kennzahlensystemen. Im Mittelpunkt stehen die bewährten Prinzipien der Handelsforschung und die kritische Auseinandersetzung mit dem Geschehen in der Handelspraxis. Neu in der 7. Auflage Alle Kapitel wurden unter Einbeziehung der neuesten Entwicklungen im Handel überarbeitet. Leitfaden sind stets die Wurzeln der Handelsbetriebslehre gewesen.

Die Autoren ordnen den Handel in das Wirtschaftssystem ein, analysieren die zahlreichen Erscheinungsformen von Handelsbetrieben und untersuchen das strategische und das operative Handelsmanagement sowie das Handelscontrolling. An wissenschaftlichen Ansätzen zeigen sie auf, wie man zu neuen Erkenntnissen gelangen kann. Dabei sind ihre Überlegungen und Lösungen auf die drängenden Fragen der Handelspraxis gerichtet: das Absatzmarketing, das Beschaffungsmarketing, die Warenwirtschaft sowie die Unterstützung des Managements mit geeigneten Kennzahlen und Kennzahlensystemen. Im Mittelpunkt stehen die bewährten Prinzipien der Handelsforschung und die kritische Auseinandersetzung mit dem Geschehen in der Handelspraxis. Neu in der 7. Auflage Alle Kapitel wurden unter Einbeziehung der neuesten Entwicklungen im Handel überarbeitet. Leitfaden sind stets die Wurzeln der Handelsbetriebslehre gewesen. Der Inhalt - Die wirtschaftliche und wissenschaftliche Einordnung des Handels und seiner Institutionen - Die Bestimmungsmerkmale der Handelsbetriebe - Die Erscheinungsformen des Binnenhandels - Das strategische Handelsmanagement - Das operative Handelsmanagement (Absatzmarketing, Beschaffungsmarketing, Warenbewirtschaftung) - Das Handelscontrolling Die Autoren Prof. Dr. Klaus Barth ist emeritierter Universitätsprofessor. Er war Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Absatzwirtschaft und Handel, an der Universität Duisburg-Essen. Dr. Michaela Hartmann lehrt im MBA Studiengang Performance Management an der Professional School der Leuphana Universität Lüneburg. Sie ist außerdem im Personaldienstleistungsbereich, insbesondere Mitarbeiterrekrutierung und Ausbildungscoaching, tätig. Prof. Dr. Hendrik Schröder ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel, an der Universität Duisburg-Essen und Leiter des Forschungszentrums für Category Management in Essen.



59,99 €
56,07 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783834934253
Medium: Buch
ISBN: 978-3-8349-3425-3
Verlag: Springer
Erscheinungstermin: 15.05.2015
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 7., überarbeitete Auflage 2015
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 811 g
Seiten: 469
Format (B x H): 168 x 240 mm

