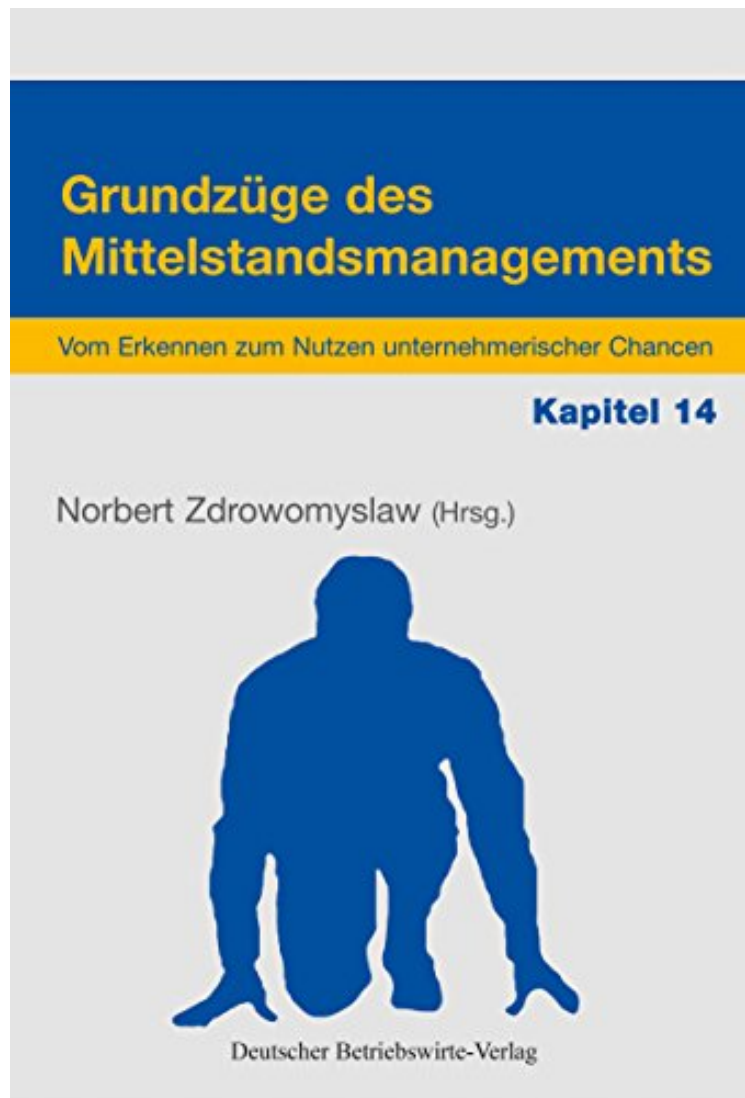


[Ebook pdf] Grundzuege des Mittelstandsmanagements - Kapitel 14: Marketing und Werbung (German Edition)

Grundzuege des Mittelstandsmanagements - Kapitel 14: Marketing und Werbung (German Edition)

Ingomar Kloss

*audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC*



DOWNLOAD



READ ONLINE

2015-12-14 2015-12-14 File Name: B01ANXW970 | File size: 19.Mb

Ingomar Kloss : Grundzuege des Mittelstandsmanagements - Kapitel 14: Marketing und Werbung (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Grundzuege des Mittelstandsmanagements - Kapitel 14: Marketing und Werbung (German Edition):

Führungskräfte sollten sich nicht allein auf ihre Erfahrungen und ihre Intuition verlassen. Das Verstehen der Gegenwart und Gestalten der Zukunft erfordert ein systematisches und zielorientiertes Vorgehen im Rahmen der Managementprozesse, um Fehlschlüsse und Fehlentscheidungen zu vermeiden. Kleine und mittlere Unternehmen können aufgrund ihrer Betriebsgröße schneller und flexibler auf Veränderungen reagieren. Allerdings setzt dies voraus, dass die Führungskräfte Marktänderungen oder erforderliche organisatorische Veränderungen rechtzeitig wahrnehmen. Außerdem müssen sie über das entsprechende Instrumentarium verfügen, um Risiken rechtzeitig zu erkennen und die Chancen sofort zu nutzen. Mit dem Buch "Grundzüge des Mittelstandsmanagements - Vom Erkennen zum Nutzen unternehmerischer Chancen" werden dazu dem Leser in komprimierter und nachvollziehbarer Form sowie in anschaulicher Art und Weise die wichtigsten Facetten der Unternehmensführung präsentiert. "Grundzüge des Mittelstandsmanagements ist" ein umfassendes und vielseitiges Nachschlagewerk über den Mittelstand. Es ist ein gelungener Versuch, die Vielfalt und die Notwendigkeiten im Gestaltungs- und Führungsprozess von kleinen und mittleren Unternehmen aufzuzeigen. Das Buch bietet auch den Lehrenden und Studierenden an Hochschulen eine wertvolle Orientierung bei ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit" - Prof. Dr. Heinz-J. Bontrup, in: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFUP), Heft 1/2014.