

Handelsblatt Management Bibliothek
Band 8

Die besten Management-Tools

Strategie und Marketing

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inhalt

Balanced Scorecard von Robert S. Kaplan und David P. Norton	7
Benchmarking von Paul Spenley	14
Corporate Identity von Wally Olins	21
Data-Mining von Michael Griggs und Maggie Kennedy	29
Direktmarketing von Drayton Bird	34
First-Mover-Advantage von Al Ries und Laura Ries	41
Integrative Strategie von Hermann Simon	46
Käufertypologie von Stephen Thurlow	55
Kontrolle in flacher Hierarchie von Karin Klenke	61
Kreativität von Edward de Bono	68
Kundenfreundlichkeit von Richard C. Whiteley	74
Kundenloyalität von John Frazer-Robinson	81
Marken aufbauen und etablieren von Paul Stobart	87
Marketingforschung von Philip Kotler	93
Marketingmanagement von Manfred Bruhn	97
Marketingplanung von Malcolm McDonald	107
Marktforschung von Robert M. Worcester und Peter F. Hutton	113
Öffentlichkeitsarbeit von Robert S. Leaf	119
Preissetzung von Michael de Kare-Silver	125
Produktionsmanagement von Horst Wildemann	133
Produktportfolio von Robert G. Cooper und Scott J. Edgett	141
Projektmanagement von Robert Buttrick	148
Schlanke Produktion von Daniel T. Jones	156
Total-Quality-Management von Masaaki Imai	162
Turnaround-Strategien von Sir John Harvey-Jones	168
Umweltmanagement von John Elkington	174
Unternehmensethik von Sue Newell	180
Unternehmenskultur von Robert Heller	187
Unternehmensziele von Allan A. Kennedy	193
Wettbewerberanalyse von Liam Fahey	199
Wider den Reduktionismus von Fredmund Malik	205
Sachregister	213