

Knut A. Wiesner

FAIRES MANAGEMENT UND MARKETING



Unternehmen stehen im Zielkonflikt zwischen kurzfristiger Gewinnorientierung einerseits sowie Glaubwürdigkeit und gesellschaftlicher Verantwortung andererseits. Gleichzeitig werden immer neue Anforderungen formuliert, moralisch bzw. ethisch, nachhaltig und sozial sowie anständig und glaubwürdig zu handeln. Diese Herausforderungen sind ebenso zu meistern wie Kundenorientierung und Innovationen, gesellschaftliche Anforderungen und Transparenz.

Der Autor wählt mit dem international bekannten und anerkannten Begriff der Fairness einen Maßstab, der Unternehmen hilft, alle Stakeholderbeziehungen erfolgreich zu gestalten. Er untersucht in diesem Zusammenhang gesellschaftliche Trends und Rahmenbedingungen, die er in einen ganzheitlichen Managementansatz integriert, mit dem sich der Unternehmenserfolg langfristig und nachhaltig sichern und ausbauen lässt.

Dieses Buch zeigt auf, dass sich faires Verhalten im Management und Marketing mittel- und langfristig für alle Beteiligten (Unternehmen und Stakeholder) auszahlen kann. Fairness führt zu mehr Glaubwürdigkeit und Akzeptanz und wirkt sich sehr positiv auf die Reputation jedes Unternehmens aus, unabhängig von seiner Größe.

Das Buch eignet sich besonders für verantwortungsvolle ManagerInnen, interessierte und ambitionierte Nachwuchskräfte und StudentInnen.

Über den Autor

Prof. Dr. Knut Wiesner lehrt seit 15 Jahren Unternehmensführung und Marketing an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt und anderen Hochschulen. Zuvor war der anerkannte Autor, Redner und Experte 20 Jahre als Geschäftsführer in verschiedenen Branchen tätig.

- ▶ Umfassende Darstellung aktueller unternehmerischer Herausforderungen
- ▶ Bedeutung und Umsetzung des Fairnessgedankens im Management

*Preise in US\$ nur für Bestellungen aus Nord- und Südamerika. Preise in GBP nur für Bestellungen aus Großbritannien. Die €-Preise bezeichnen, sofern nicht anders angegeben, die in Deutschland verbindlichen Ladenpreise. Preise zuzüglich Versandkosten. Preisänderungen vorbehalten.

XV, 283 Seiten

Broschur:

Ladenpreis *€ [D] 34.95
UVP *US\$ 49.00 / *GBP 26.99
ISBN 978-3-486-58889-7

eBook:

Preisinformation auf degruyter.com
PDF ISBN 978-3-486-71912-3
EPUB ISBN 978-3-11-039674-4

Erscheinungsdatum: September 2016

Sprache der Publikation: Deutsch

Fachgebiete:

Betriebswirtschaft ▶ Branchen ▶
Umweltmanagement
Betriebswirtschaft ▶ Management,
Organisation und Unternehmensführung,
Grundsätze der Unternehmensführung
Betriebswirtschaft ▶ Marketing, Vertrieb,
Kundenbeziehungen

Zielgruppe: Studierende der
Betriebswirtschaftslehre und Praktiker im
Management

Jetzt bestellen! orders@degruyter.com

- ▶ Schaffung eines handhabbaren und erweiterungsfähigen Instrumentariums für den erfolgreichen Unternehmensalltag

Prof. Dr. Knut Wiesner (Hochschule für angewandte Wissenschaften
Würzburg-Schweinfurt)

*Preise in US\$ nur für Bestellungen aus Nord- und Südamerika. Preise in GBP nur für Bestellungen aus Großbritannien. Die €-Preise bezeichnen, sofern nicht anders angegeben, die in Deutschland verbindlichen Ladenpreise. Preise zuzüglich Versandkosten. Preisänderungen vorbehalten.

Jetzt bestellen! orders@degruyter.com