

Call for Papers 2015: Können wir Sie als Autor gewinnen?

Die Marketing Review St. Gallen verfolgt das Ziel, den Austausch zwischen Theorie und Praxis zu fördern. Alle Beiträge werden im Rahmen eines Double-Blind-Review-Prozesses anonym von einem Wissenschaftler und einer Marketingführungskraft begutachtet. Dadurch wollen wir die anwendungsorientierte Qualität der MRSG für den Leser sicherstellen. Beiträge können in deutscher oder englischer Sprache eingereicht werden.

Können wir auch Sie zu den nachstehenden Themen als Autor gewinnen?

Grundsatzbeiträge

In jeder Ausgabe werden einzelne Grundsatzbeiträge zu Marketingthemen aufgenommen. Voraussetzung ist, dass das Thema auf breites Interesse stößt und in sich geschlossen behandelt wird. Bitte senden Sie vorab einen Abstract (max. eine Seite) an sven.reinecke@unisg.ch und marketingreview@unisg.ch.

Inhaltliche Koordination dieser Ausgabe



**Prof. Dr. Peter
Mathias Fischer**

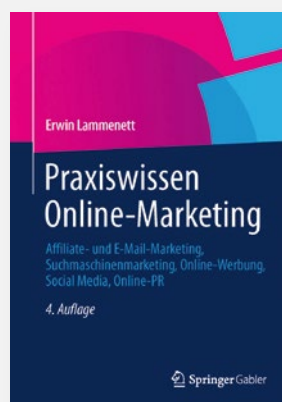
Assistenzprofessor für Marketing am Institut für Marketing an der Universität St. Gallen (HSG)

Schwerpunktthemen

MRSG 6.2015: Excellence in Sales Management: Bitte senden Sie einen Abstract (max. eine Seite) bis 27.04.2015 an christian.schmitz@unisg.ch.

Die wichtigsten Instrumente für profitables Marketing im Internet

4., vollst. überarb. u. erw. Aufl. 2014.
XVIII, 348 S. 70 Abb. Geb.
€ (D) 44,99 | € (A) 46,25 | *sFr 56,00
ISBN 978-3-658-03312-5



Erwin Lammenett
Praxiswissen Online-Marketing
Affiliate- und E-Mail-Marketing,
Suchmaschinenmarketing,
Online-Werbung, Social Media,
Online-PR

- Marketing-Instrumente erfolgreich nutzen und sinnvoll kombinieren
- Mit aktuellen Links, ergänzenden Videos und Screencasts im Blog zum Buch

Jetzt bestellen: springer-gabler.de

A10028