

Call for Papers 2016: 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



Cansu Oral, Dip.-Oek.

Wissenschaftliche Mitarbeiterin
& Doktorandin am Institut für
Marketing an der Universität
St. Gallen (HSG)

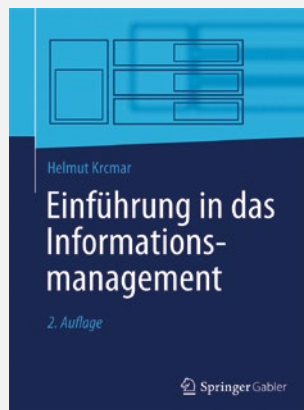
Schwerpunktthemen

MRSG 2.2016: Big Data & Data Intelligence: Bitte senden Sie einen Abstract (max. eine Seite) bis 29.9.2015 an sven.reinecke@unisg.ch

Informationsmanagement auf den Punkt gebracht

Helmut Krcmar
**Einführung in das
Informationsmanagement**

2., überarb. Aufl. 2015.
XVI, 170 S. 41 Abb. Brosch.
€ (D) 24,99 | € (A) 25,69 | *sFr 31,50
ISBN 978-3-662-44328-6 (Print)
€ 19,99 | *sFr 25,00
ISBN 978-3-662-44329-3 (eBook)



- Übersichtliche Einführung für Bachelorstudenten
- Gleichzeitig als Grundlage für die Vorlesungsvorbereitung von Professoren geeignet

€ (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt. € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. Die mit * gekennzeichneten Preise sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten.