

Neue Literatur für Diplomarbeiten

Arbeitstechniken

Raab-Steiner, Elisabeth: Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS/PASW-Auswertung. (GW Raa)

Wie plant man eine empirische Erhebung? Wie setzt man die Idee um? Wie werden die Daten analysiert und interpretiert? In gut nachvollziehbaren Schritten bietet dieses Lehrbuch in der 4., aktualisierten und überarbeiteten Auflage einen Leitfaden für die Umsetzung wissenschaftlicher Erhebungen: von der Forschungsidee über die Konstruktion eines Fragebogens bis hin zu den wichtigsten Auswertungsschritten mit dem Statistikprogramm SPSS, Version 22, in unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden. Ein durch viele Beispiele sehr anschauliches und gut verständliches Lehrbuch!

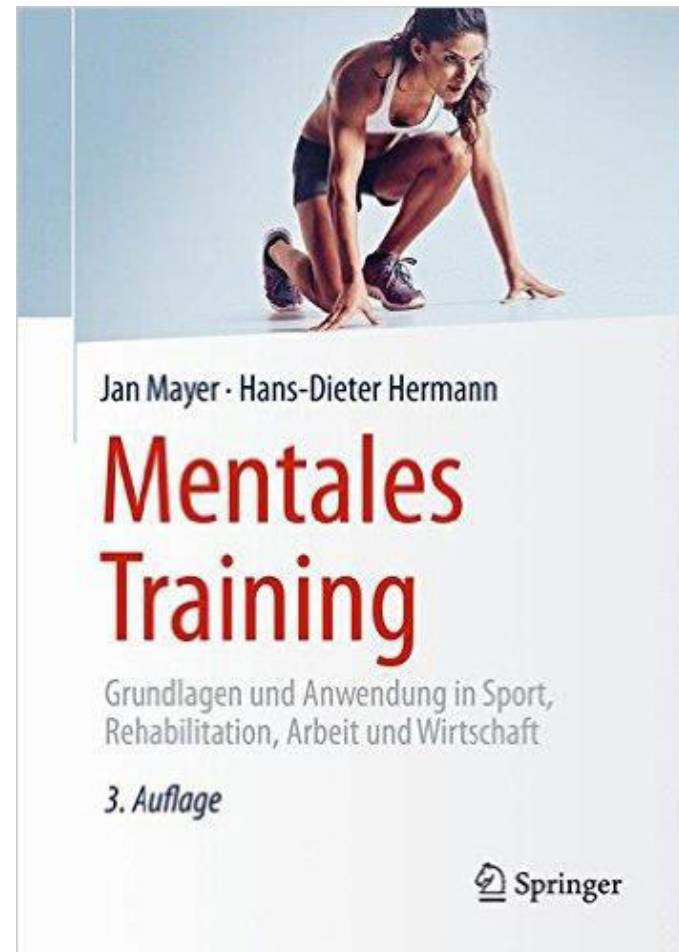


Sport / Gesundheitsmanagement

Mayer, Jan: Mentales Training. Grundlagen und Anwendung in Sport, Rehabilitation, Arbeit und Wirtschaft. (VS May)

In diesem Lehrbuch für die Praxis zeigen zwei renommierte Sportpsychologen mit Erkenntnissen aus Psychologie, Neurophysiologie und Sportwissenschaft, wie mentales Training wirkt. Sie zeigen wissenschaftliche Hintergründe auf und geben konkrete Handlungsanleitungen, anschauliche Beispiele und praktische Tipps zum Trainingsaufbau. Geschrieben haben sie dieses Werk für Trainer, Coaches, Sportpsychologen, Psychotherapeuten und Sportwissenschaftler.

Insbesondere Sportler, aber auch Chirurgen, Piloten und andere Leistungsträger stehen häufig unter enormem Druck: In Stresssituationen müssen sie ihre maximale Leistung abrufen können. Doch wenn die Belastung durch hohe Erwartungen, unvorhersehbare Ereignisse oder Angst vor negativen Folgen zunimmt, fallen selbst gut eingeübte Handlungen plötzlich schwer oder misslingen sogar, weil "der Kopf nicht mitspielt". Hier setzt das mentale Training an: Das bewährte psychologische Verfahren nutzt Vorstellungen, um Handlungsabläufe vorab durchzuspielen, und hilft, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren – damit der Ernstfall ein Erfolg wird!



Busse, Reinhard: Management im Gesundheitswesen. (GW Bus)

In vielen Bereichen des Gesundheitswesens besteht nach wie vor ein großer Bedarf an Fach- und Führungskräften im Managementbereich, die über eine interdisziplinäre Ausrichtung verfügen und mit den speziellen Gegebenheiten der unterschiedlichen Bereichen im Gesundheitswesen vertraut sind. So hat sich dieses Lehrbuch mittlerweile etabliert: alle wichtigen Aspekte des Managements von Einrichtungen im Gesundheitswesen werden umfassend dargestellt.

Didaktisch aufbereitet folgen alle Themenblöcke einer einheitlichen Struktur mit einer Einführung zu den gesetzlichen, strukturellen und methodischen Grundlagen. Anschließend wird jeweils ausführlich auf die speziellen Anforderungen und ihre praktische Umsetzung in folgenden Sektoren des Gesundheitswesens eingegangen:

gesetzliche und private Krankenversicherungen, Krankenhäuser, Arztpraxen und Ärztenetzwerke, Arzneimittelindustrie und Netzwerke der integrierten Versorgung. Plus: Fallstudien vertiefen wichtige Aspekte der praktischen Anwendung und eignen sich hervorragend als Unterrichtsmaterial und zum Selbststudium.



Conzelmann, Achim: Persönlichkeitsentwicklung durch Schulsport. (VS Con)

Macht Schulsport „bessere“ Menschen aus unseren Kindern? Als wesentliche Begründung für die Legitimation des Schulsports findet sich immer wieder die These, dass sportliche Aktivitäten die Persönlichkeitsentwicklung fördern würden. Doch stimmt das überhaupt? Und wenn ja, wie muss der Sportunterricht dann aussehen? In der Berner Interventionsstudie Schulsport (BISS) wurde diesen Fragen nachgegangen.

Die Forschenden zeigen, dass das Ziel der Persönlichkeitsentwicklung erreicht werden kann, sofern der Sportunterricht nach gewissen Prinzipien gestaltet wird: Erstens müssen die Lehrpersonen intensiv mit ihren Schülerinnen und Schülern an der Entwicklung der sportlichen Fähigkeiten arbeiten, damit diese schneller, geschickter und spielfreudiger werden. Zweitens müssen die Kinder ihre Fortschritte erfahren und positiv bewerten, das heißt, sie müssen die aktuelle mit der bisherigen Leistung vergleichen und stolz auf ihre Verbesserung sein. Drittens muss diese positive Entwicklung individuell und im Klassenrahmen thematisiert, also reflektiert werden.

In dem dazu erschienenen Buch "Persönlichkeitsentwicklung durch Schulsport" (Theorie, Empirie und Praxisbausteine der Berner Interventionsstudie Schulsport [BISS] Achim Conzelmann, Mirko Schmidt, Stefan Valkanover) legen die Autoren die Studienergebnisse ausführlich dar und zeigen, dass Schulsport die Persönlichkeit entwickeln kann, wenn auf bestimmte Methoden geachtet wird. Zudem erläutern sie im zweiten Teil des Buches drei praktische Module ("Wagnis", "Spiel" und "Leistung"), die ebenfalls im Rahmen der Studie entwickelt wurden und zur konkreten Umsetzung der gewonnenen Erkenntnisse im Schulsport zur Verfügung stehen.



Sportmanagement (VS Spo)

"Das vorliegende Handbuch [...] gibt eine exzellente Orientierung für modernes und professionelles Sportmanagement [...]"

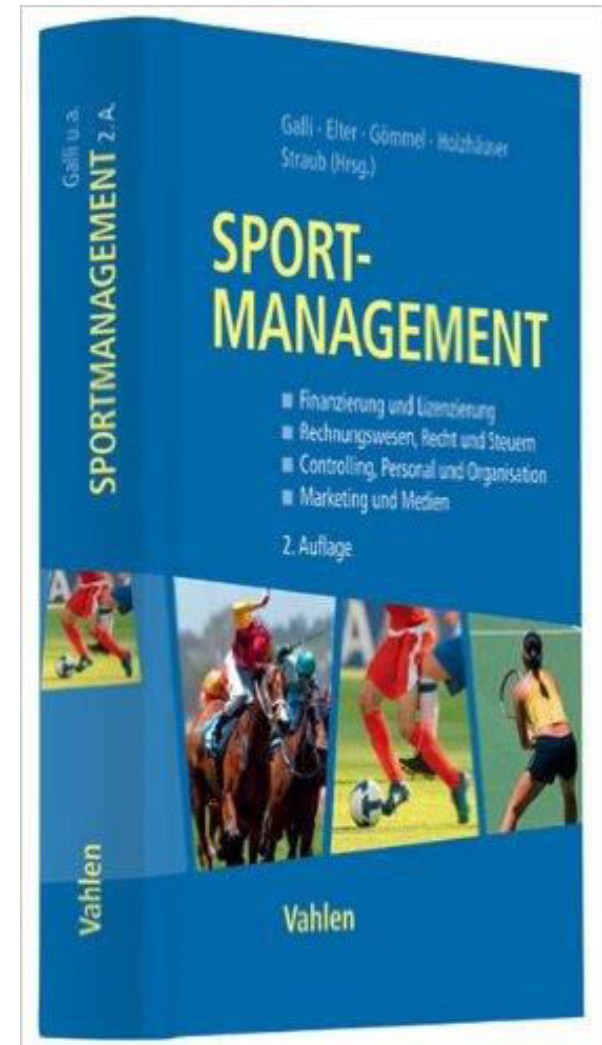
Wolfgang Niersbach

Präsident des Deutschen Fußball-Bundes

Immer weiter reichende ökonomische Aktivitäten und damit verbundene Risiken - Entscheidungsträger im professionellen Sport müssen nicht nur ihren Partnern aus der Wirtschaft auf gleicher Augenhöhe begegnen, sie müssen vielmehr die Klubs und deren Tochtergesellschaften bzw. die Organisationseinheiten um Einzelsportler in entsprechender Weise ausrichten und leiten, um den sportlichen vor allem aber den ökonomischen Wettbewerb erfolgreich bestreiten zu können.

Dieses umfassende Handbuch liefert Ihnen Lösungen zu den zentralen Fragen im professionellen Sportmanagement - es stellt die wesentlichen Ansatzpunkte für die unternehmerische Führung und die dafür notwendigen Grundlagen aus Betriebswirtschaftslehre, Steuern und Recht vor.

Vor allem am Beispiel des aus der ökonomischen Perspektive am weitesten entwickelten professionellen Fußballsports richtet sich dieses praxisorientierte Nachschlagewerk insbesondere an Verantwortliche in Klubs - Vereinsvorstände, Organe der Kapitalgesellschaften, Leiter der betriebswirtschaftlichen Bereiche und deren Mitarbeiter -, natürlich aber auch an Einzelsportler und ihre Berater sowie an Kapitalgeber, Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater und Studierende.



Wirtschaft

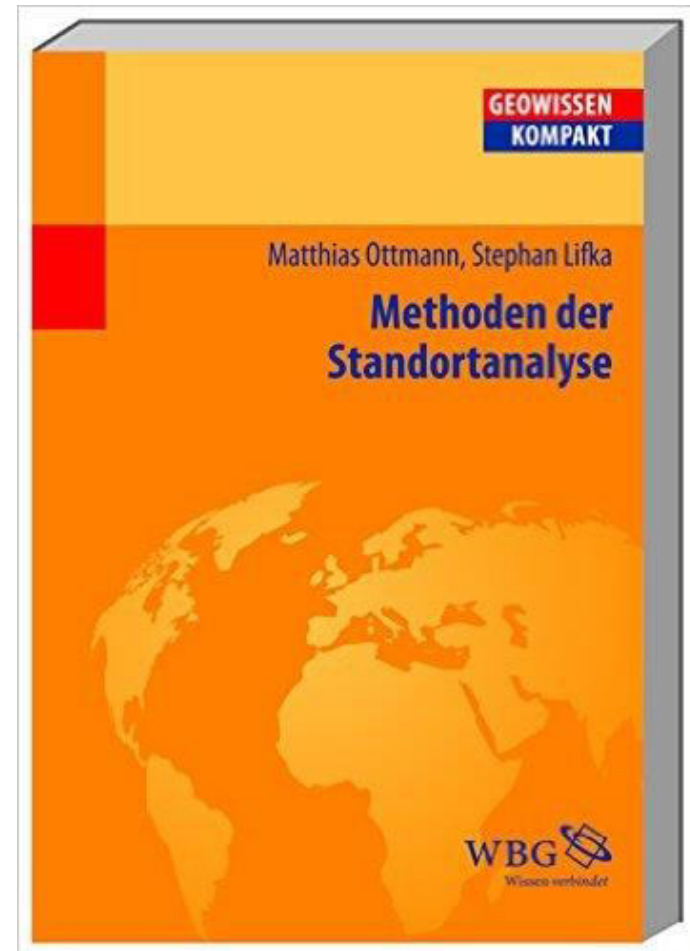
Remke, Doreen: Marketing für öffentliche Bibliotheken (GW Rem)

Wir leben in einer Zeit des Marketing. Ohne professionelle Strategien und Konzepte der Vermarktung wird es zunehmend schwieriger Kunden zu erreichen und am Markt zu bestehen. Das gilt auch für öffentliche Bibliotheken. Zum einen fehlen den Städten und Kommunen die finanziellen Möglichkeiten diese "traditionellen Kultureinrichtungen" zu fördern und zu unterhalten. Zum anderen ist der Wettbewerb auf dem Kultur- und Bildungsmarkt größer denn je und alle buhlen um die Gunst der Kunden. Öffentliche Bibliotheken stehen heute vor der Herausforderung, neue Wege zu gehen, um ihre bisherige Kundschaft zu binden bzw. neue Kundengruppen anzusprechen. Und somit auch ihre Bedeutung als kulturelle Einrichtung innerhalb in der Kommunen zu festigen. In diesem Buch erhält der Leser Anregungen und Empfehlungen, wie ein Marketingkonzept für öffentliche Bibliotheken aussehen kann. Welche Strategien im heutigen Marketing sind sinnvoll? Welche Produkte bzw. Dienstleistungen sollen Bibliotheken zukünftig anbieten? Was kann eine Bibliothek unternehmen, um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern? Anhand welcher Kennzahlen im Controlling können Bibliotheken den Erfolg ihrer Marketingmaßnahmen messen? Am Beispiel einer Stadt- und Kreisbibliothek erfolgt die Erarbeitung eines Marketingkonzeptes. Dabei werden Ziele definiert, Strategien abgeleitet und die Instrumente festgelegt. Besondere Beachtung findet hierbei die Kommunikationspolitik. Die wesentlichen Bestandteile einer erfolgreichen Corporate Identity werden aufgezeigt. Abgerundet wird die Darstellung durch ein geeignetes Controllingverfahren.



Ottmann, Matthias: Methoden der Standortanalyse (GW Ott)

Dieses Lehrbuch bietet einen umfassenden Einblick in die Methoden der geographischen Standortanalyse und liefert eine grundlegende Darstellung der Arbeitsschritte und Hilfsmittel. Die vorgeschlagene Vorgehensweise und ihre Instrumente sind branchenübergreifend und praxisorientiert konzipiert. Ziel ist es, die konzeptionellen Grundlagen der betrieblichen Standortplanung zu vermitteln und darauf aufbauend die grundlegenden Kenntnisse zur erfolgreichen Bearbeitung einer Standortanalyse zu demonstrieren. Gezeigt wird dies an zahlreichen Beispielen aus der Praxis. Neben den bewährten Standard-Theorien der Standortanalyse werden in diesem Buch außerdem erstmals auch Erkenntnisse aus der Verhaltensforschung in die Darstellung mit einbezogen. Das Ergebnis ist ein innovatives und nutzerfreundliches Buch, das in Studium, Lehre und Planungspraxis seine Anwender finden wird.



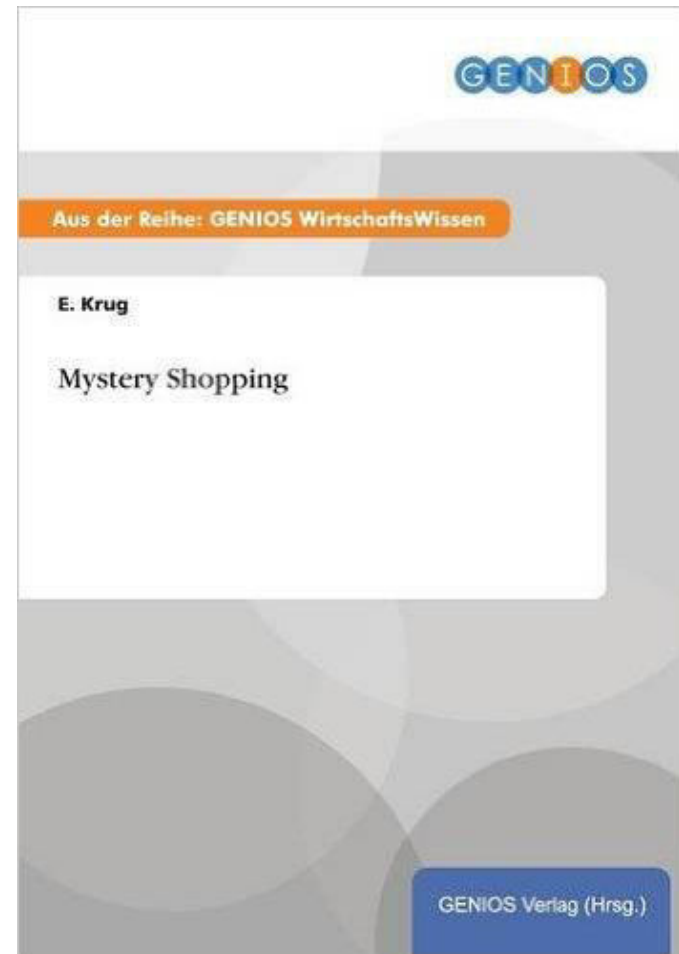
Seefelder, Günther: Rechtsformen für Unternehmen in Österreich (GW See)

Die richtige Rechtsform für Ihre Firmenexpansion nach Österreich Wer als Unternehmer in Deutschland erfolgreich ist, der denkt irgendwann daran, sich auch außerhalb seines Heimatlandes zu betätigen – Expansion ist angesagt. Und was liegt näher, als diesen Schritt in unser Nachbarland Österreich zu tun? Dabei gibt es keine Sprachprobleme, auch dort zahlt man mit Euro und vor allem: Die Strukturen des Wirtschaftslebens und das Rechtssystem sind mit denen in Deutschland vergleichbar, sodass man kein völliges Neuland betritt. Dennoch gibt es natürlich Unterschiede im Detail, auf die ein deutscher Unternehmer vorbereitet sein muss. Ein wichtiger Punkt gleich zu Anfang: Welche Rechtsform soll das österreichische Unternehmen haben? Welche gibt es überhaupt, und wo liegen die jeweiligen Vor- und Nachteile? Inwieweit ist eine österreichische GmbH mit einer deutschen vergleichbar? Diese und viele weitere Fragen beantwortet deutschen Unternehmern jetzt ein neues Buch aus dem Bonner Fachverlag interna: „Rechtsformen für Unternehmen in Österreich“ von Günter Seefelder. Mit Tipps vom Profi rechtssicher in Österreich starten Der Autor besitzt langjährige Praxiserfahrung als Unternehmensberater in Deutschland wie auch in Österreich. So weiß er genau, worauf es bei einer Unternehmensgründung in der Alpenrepublik ankommt, und kann den Leser genau auf die Punkte hinweisen, die bei den verschiedenen Rechtsformen besonders wichtig (und anders als in Deutschland) sind, beispielsweise Haftungsrisiken (und deren Vermeidung), Kapitalaufbringung, steuerliche Aspekte und die Höhe der Gründungskosten. All dies und mehr stellt Günter Seefelder kompakt und verständlich dar, auch für weniger gängige Rechtsformen wie die stille Gesellschaft oder die neue „Euro-Gesellschaft“ Societas Europaea (SE). So gewinnt der Leser ein umfassendes Bild und kann seine Firmenexpansion nach Österreich informiert und rechtssicher angehen. Übrigens: Wie alle Bücher aus dem Verlag interna wird auch dieses voll digital produziert. Die laufende Einarbeitung von Änderungen und Ergänzungen garantiert stets optimale Aktualität und Rechtssicherheit.



Krug, E.: Mystery Shopping (GW Kru)

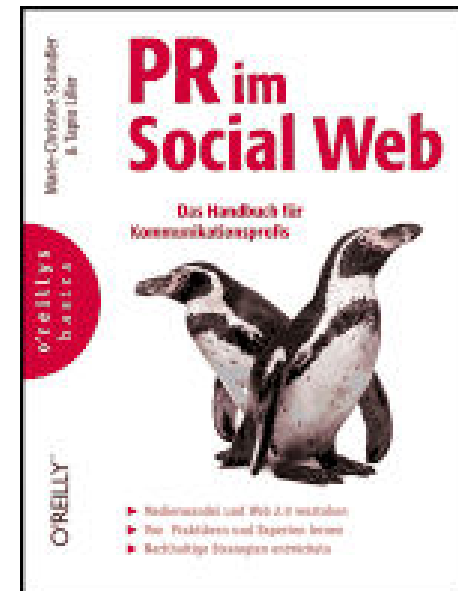
Mystery Shopping hat sich mittlerweile auch in Deutschland zu einem effizienten analytischen Instrument der Marktforschung entwickelt, um die Servicequalität insbesondere am Point-of-Sale zu überprüfen und zu beurteilen. (1) Das an und für sich geheime Verfahren ist allerdings oft wirkungsvoller, wenn die Mitarbeiter eingeweiht und in den Testverlauf miteinbezogen werden. (1) In Zukunft sollte das standardisierte kontinuierliche Mystery Shopping durch zusätzliche bereits bewährte Verfahren ergänzt werden, um den Erfolg zu maximieren.



Schindler, Marie-Christine: PR im Social Web. (GW Schi, E-Book)

PR im Social Web vermittelt Pressesprechern, Leitern Unternehmenskommunikation, PR-Beratern und Mitarbeitern in PR-Agenturen einen fundierten Einstieg in das Thema „PR im Social Web“ und gibt ihnen Anregungen für die eigene Berufspraxis. Zu diesem Zweck ist das Buch in zwei Teile gegliedert. Die ersten beiden Kapitel richten den Blick auf die gesellschaftlich-medialen Rahmenbedingungen moderner Kommunikationsarbeit und gehen der Frage nach, was sich in der Mediennutzung der Menschen durch die fortschreitende „Digitalisierung“ ändert sowie welche Auswirkungen dies auf das Verhältnis von Unternehmen/Organisationen zu ihren Öffentlichkeiten hat.

Das dritte Kapitel widmet sich der PR-Praxis und betrachtet exemplarisch, wie die Nutzung von Social Media typische Arbeitsgebiete von Kommunikationsprofis bereichern und an die veränderten Rahmenbedingungen anpassen kann. Dieses Kapitel lebt von den Erfahrungsberichten von PR-Praktikern, die das Social Web bereits als neue Kommunikationsarena nutzen. Das Buch schließt mit einem Kapitel zu den organisatorischen und ausbildungsseitigen Anforderungen an den Beruf des PR-Fachmanns in Zeiten des Social Web. Zuletzt beleuchten die Autoren, wie sich das Beratungsgeschäft für Agenturen und unternehmensinterne Kommunikationsfachleute verändert und welche Rolle diesen Experten künftig zufällt.



Graeve, Melanie: Events professionell managen

Events und Veranstaltungen sind ein einzigartiges Mittel, um Aufmerksamkeit zu generieren, zu informieren und für seine Zwecke zu werben. Dabei stehen die Veranstalter unter hohem Erfolgsdruck. Inhalt und Botschaft des Events müssen erlebbar sein, das Event muss sich vom Wettbewerb abheben, Aha-Erlebnisse bieten, Empfehlungswert haben und perfekt funktionieren. All das stellt Event- und Veranstaltungsmanager im Hinblick auf Planung, Organisation und Durchführung vor große Herausforderungen. Die Veranstaltungsexpertin Melanie von Graeve, Autorin mehrerer Fachbücher, hat in diesem Handbuch das komplette Handwerkszeug für Eventmanager zusammengestellt.

Über fünfzig als praktische Kopiervorlagen gestaltete Check- und To-do-Listen, Kalkulations-, Planungs- und Arbeitshilfen helfen in allen Phasen des Events, den Überblick zu behalten. Dieses Buch ist der perfekte Begleiter für alle, die für Planung, Organisation und Durchführung von Events verantwortlich sind.

Mit Checklisten, Kalkulations-, Planungs- und Arbeitshilfen. Grundlagen Eventmanagement

- Planung und Organisation
- Risikomanagement
- Dienstleistungsauswahl
- Budgetierung, Controlling
- Erfolgskontrolle, Erfolgsmessung
- Anmelde- und Genehmigungspflichten
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Sicherheit vor Ort/Versicherungen, Gebühren, Abgaben
- Messen, Events, Tagungen, Kongresse
- Die Wahl der richtigen Veranstaltungslocation
- Teilnehmerverpflegung und Catering
- Auswahl Referenten, Gastredner, Moderatoren
- Event- und Veranstaltungstechnik
- Charity-, Social- und Cultural Events



Duthel, Heinz: Die PR- und PressefibelZielgruppenmarketing - Social Media - PR Portal, Presseportal für Pressemitteilungen und Pressemeldungen (GW Dut)

„[...] ich lege eine Werbebotschaft ins Netz, und wenn sie gut gefällt und wenn sie gut verpackt ist, wird sie einfach weitertransportiert, ohne dass man dafür Werbegeld ausgeben muss.“ Die hier genannten Plattformen ermöglichen, mit mehr oder weniger großen Einschränkungen, die Einbindung von Corporate Design und eigenen Medien.

- Facebook
- Twitter
- XING
- Google+
- YouTube
- Myspace
- Online-Marketing und E-Commerce

Erst seit kurzem haben Unternehmen erkannt, dass das Internet sich aufgrund hoher Kontakt- bzw. Nutzerzahlen optimal als Marketinginstrument und einen zusätzlichen Vertriebsweg anbietet. Die Zeiten, in denen Firmen ihre WWW-Präsenz rein aus Imagegründen entwickelten, sind vorbei; das Internet ist erwachsen geworden und wird von Unternehmen immer stärker kommerziell genutzt.

Zahlreiche Unternehmen sind heute mit einer Web-Site im Internet vertreten. Allerdings konnten nur wenige Betriebe wirklich daraus einen Nutzen ziehen. Viele unübersichtliche Seiten, schlechte Grafiken, mangelhafte Bedienbarkeit oder zu lange Ladezeiten verärgern noch oft Internetnutzer. Diese werden vergrault und surfen im schlimmsten Fall zum nächsten Konkurrenten.

Durch diese Erfahrungen haben viele Unternehmen erkannt, dass es nicht genügt, eine Internetagentur oder einen Web-Designer mit der bloßen Seitengestaltung zu beauftragen. Die WWW-Inhalte müssen in das Unternehmenskonzept und zum klassischen Marketing passen. Sonst ist der Misserfolg vorprogrammiert.

Unternehmen sind auf Mitarbeiter im Marketing und Vertrieb angewiesen, die die Chancen und Herausforderungen des neuen Online-Marktes verstehen und nutzen.

Dazu soll Die PR- und Pressefibel dienen. Ein MUST fuer jede Oneline Präsenz und Unternehmer aber auch ein Fachbuch, ein Nachschlagewerk für etablierte Werbe und Marketingunternehmen.



Grünberger, Herbert: Praxisgeber für Vereine. Vereinsgründung – Vereinsbesteuerung- Arbeitgeberpflichten - Fallbeispiele (GW Grü)

Alles, was Vereinsgründer und -
funktionäre wissen müssen

Sie wollen einen Verein gründen? Sie
arbeiten daran, Ihre Statuten zu
formulieren? Übersichtlich und praxisnah
informiert dieser Ratgeber nun bereits in
der 2., komplett aktualisierten Auflage
über alles, was Vereinsgründer und
Vereinsfunktionäre wissen sollten: die
rechtlichen Grundlagen, die Besteuerung
der Vereinstätigkeit und die Pflichten als
Arbeitgeber. Musterstatuten, Beispiele
für die Berechnung von Steuern, die
Abrechnung von Spesenvergütungen und
Aufwandsentschädigungen sowie ein
Muster-Dienstvertrag bieten wichtige
Hilfestellungen für die tägliche Praxis.

