

Für Sie gelesen

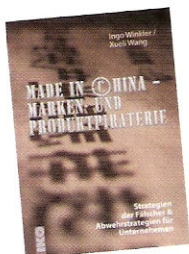


Wie Sie Mitarbeiter beurteilen und gezielt fördern von Birgit Weyer

Aus der Praxis für die Praxis bietet das Buch Werkzeuge zur Beurteilung und Förderung von Mitarbeitern. Auch die im Arbeitsalltag typischen Fehler werden beschrieben. Die Leser erhalten eine Anleitung zur Erstellung von Beurteilungssystemen und individuellen Personalentwicklungskonzepten.

Euro 39,95

Cornelsen Verlag



Made in China – Marken- und Produktpiraterie

Strategien der Fälscher & Abwehrstrategien für Unternehmen von Ingo Winkler und Xueli Wang

Gegen Marken- und Produktpiraterie ist heute kein Industriezweig immun. Der Hauptakteur der kommerziellen Fälscherindustrie ist gegenwärtig die Volksrepublik China. Die Autoren schildern die Strategien der Fälscher und Abwehrstrategien für Unternehmen.

Euro 23,90

IKO-Verlag



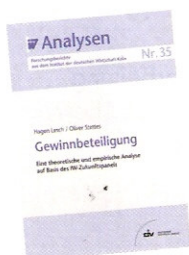
Kundendatenschutz

Leitfaden für die Praxis – von der Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherung e. V. und dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V. mit Unterstützung durch den DIHK

Der Leitfaden gibt den werbetreibenden Unternehmen einen praxisbezogenen Überblick über die gesetzlichen Rahmenbedingungen von Direktmarketingmaßnahmen, die Rechtspositionen der Kunden und die bestehenden Kontrollmechanismen.

Euro 29,90

Verlag: GDD, ZAW



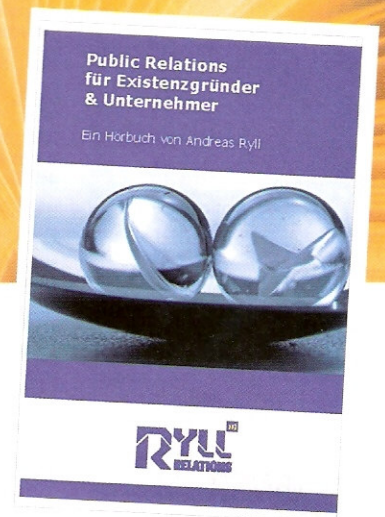
Gewinnbeteiligung

Eine Analyse auf Basis des IW-Zukunftspanels von Hagen Lesch und Oliver Stettes

Die Autoren analysieren die volkswirtschaftliche Begründung für Systeme der Gewinnbeteiligung gegenüber fixen Lohnsystemen, stellen die Verbreitung von Gewinnbeteiligungssystemen im In- und Ausland dar und präsentieren die Motive von Unternehmen, sich für oder gegen die Einführung einer Gewinnbeteiligung zu entscheiden.

Euro 19,80

Deutscher Instituts-Verlag



Public Relations

Ein Hörbuch über aktive Pressearbeit von Andreas Ryll

Im stressigen Alltag bleibt Unternehmen selten Zeit für Öffentlichkeitsarbeit, erst recht nicht für die Einarbeitung in das Themenfeld PR. Andreas Ryll, früher Radioreporter und heute freier PR-Berater in Mönchengladbach, macht den Einstieg in die Öffentlichkeitsarbeit leicht: mit einem Hörbuch auf CD, mit dem man etwa die Dienstreise sinnvoll nutzen kann. Darauf finden sich grundlegende Informationen der Pressearbeit aber auch zukunftsorientierte Tipps wie beispielsweise Podcasts. „Natürlich kann man PR nicht in knapp 70 Minuten erklären“, meint Ryll selbstkritisch, doch will er mit seinem Hörbuch die Zielgruppe der Existenzgründer und Unternehmer zur eigenen PR anspornen. Unternehmern fehle oft der Blick für die Nachricht, also das, was den Journalisten interessiert. Inhalte der zehn Kapitel sind u. a. der so genannte Aufhänger, Presseverteiler, Pressemitteilung, Ideen für die Pressearbeit sowie der Umgang mit Journalisten.

Euro 12,90

Bezug: www.ryllrelations.de