



Springer Bücher sind erhältlich als



Erhältlich auf springer.com/shop



Erhältlich bei Ihrer Bibliothek
oder auf

► springer.com/shop

Handel und Internationales Marketing Retailing and International Marketing

Reihen-Hrsg.: B. Swoboda, Th. Foscht, H. Schramm-Klein

Die Schriftenreihe fördert die Themengebiete Handel und Internationales Marketing. Diese charakterisieren – jedes für sich, aber auch in inhaltlicher Kombination – die Forschungsschwerpunkte der Herausgeber. Beide Themengebiete werden grundsätzlich breit aufgefasst; die Reihe bietet sowohl Dissertationen und Habilitationen als auch Tagungs- und Sammelbänden mit unterschiedlicher inhaltlicher und methodischer Ausrichtung ein Forum. Die inhaltliche Breite ist sowohl im Sinne eines konsumentenorientierten Marketings wie auch einer marktorientierten Unternehmensführung zu verstehen. Neben den Arbeiten, die von den Herausgebern für die Schriftenreihe vorgeschlagen werden, steht die Reihe auch externen wissenschaftlichen Arbeiten offen. Diese können bei den Herausgebern eingereicht und nach einer positiven Begutachtung publiziert werden.

The book series focuses on the fields of Retailing and International Marketing. These two areas represent the research fields of the editors—each of them as a single research area, but also in combination. Both of these research areas are widely understood. Consequently, the series provides a platform for the publication of doctoral theses and habilitations, conference proceedings and edited books, as well as related methodological issues that encompass the focus of the series. The series is broad in the sense that it covers academic works in the area of consumer-oriented marketing as well as the area of market-oriented management. In addition to academic works recommended by the editors, the book series also welcomes other academic contributions. These may be submitted to the editors and will be published in the book series after a positive assessment.

Kürzlich erschienen:

C. Huber

The Corporate Reputation of Multinational Corporations

An Analysis of Consumers' Perceptions of Corporate Reputation and its Effects Across Nations

M. Schu

Online Growth Options for Retailers

Three Essays on Domestic and International Growth Strategies with Online Retailing

J.K. Weindel

Retail Brand Equity and Loyalty

Analysis in the Context of Sector-Specific Antecedents, Perceived Value, and Multichannel Retailing



Informationen zu Angeboten auf der Homepage der Reihe und springer.com/authors

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany ► Call: + 49 (0) 6221-345-4301 ► Fax: +49 (0)6221-345-4229 ► Email: customerservice@springer.com ► Web: springer.com