



Buchtipps für Studierende der Wirtschaftswissenschaften



Editorial

Liebe Erstsemester,

zum Spaß im Studium und Erfolg bei den Prüfungen wollen wir beitragen, indem wir euch hier die wichtigsten Lehrbücher zeigen. Viele davon werdet ihr in eurer Bibliothek als Printausgabe oder elektronisch auf SpringerLink finden. Warum ist ein eigenes Printexemplar fürs gezielte Lernen immer noch unschlagbar?

- Es ist stets verfügbar
- Man sieht wie weit man ist und wie viel Stoff man noch vor sich hat
- Es braucht keinen Strom ☺

Auf Anregungen zum Buchprogramm freut sich
Dr. Isabella Hanser isabella.hanser@springer.com

Anfragen für Werbeaktionen jederzeit gern an mich.

Herzliche Grüße

Sibylle Rumpf
sibylle.rumpf@springer.com

springer.com/buchtippswirtschaft

Tipp 1



8., vollst. überarb. Aufl. 2017, XIX, 586 S.

346 Abb., 345 Abb. in Farbe.

ISBN 978-3-658-07767-9

€ (D) 59,99 | € (A) 61,68 | *CHF 75.00

Das Standardlehrbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre

J. Thommen, A. Achleitner

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre **Umfassende Einführung aus** **managementorientierter Sicht**

Dieses bewährte Lehrbuch gibt eine umfassende und sehr gut verständliche Einführung in alle unternehmerischen Funktionen aus managementorientierter Sicht. Die klare Strukturierung des Inhalts, die vielen anschaulichen Grafiken sowie das umfangreiche Stichwortverzeichnis ermöglichen auch eine Nutzung des Lehrbuches als Nachschlagewerk.

Für die 8. Auflage wurde der Lehrbuch-Bestseller in einem erweiterten Autorenteam erneut überarbeitet und aktualisiert, dazu gehören insbesondere die Teile „Supply-Management“ sowie „Produktionsmanagement“, die komplett überarbeitet wurden.

Tipp 2



10., aktualisierte u. überarbeitete Aufl.
2018. Etwa 430 S. Brosch.

ISBN 978-3-658-18251-9

ca.€ (D) 29,99 | € (A) 30,83 | *CHF 31.00

Grundbegriffe und Probleme der Betriebswirtschaftslehre

W. Weber, R. Kabst, M. Baum

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Dieses Lehrbuch gibt eine kompakte und sehr gut verständliche Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Es macht in didaktisch einprägsamer Form mit den Grundbegriffen sowie den wichtigsten Problemen der Betriebswirtschaftslehre und ihrem Denken vertraut. Jedes Kapitel enthält Lernziele, die die jeweiligen Inhalte kurz zusammenfassen. Ein umfangreiches Glossar ergänzt die Ausführungen.

Tipp 3



2017. XIV, 338 S. 135 Abb. Brosch.
ISBN 978-3-658-14500-2
€ (D) 34,99 | € (A) 35,97 | *CHF 36.00

Liefert StudentInnen der BWL anwendungsbezogenes Wissen der VWL für die Unternehmenspraxis

C. A. Conrad

Angewandte Makroökonomie **Eine praxisbezogene Einführung**

Dieses Lehrbuch bietet einen umfassenden Überblick über volkswirtschaftliche Zusammenhänge und erklärt die wichtigsten makroökonomischen Größen auf leicht verständliche Art und Weise. Der Leser wird in aufeinander aufbauenden Kapiteln an wichtige makroökonomische Größen wie Inflation und die gesamtwirtschaftliche Nachfrage herangeführt. Er lernt unter anderem, wie Wirtschaftskrisen entstehen oder die Rolle und Funktionsweisen von Geld-, Kapital- und Gütermärkten. Der volkswirtschaftliche Stoff wurde bewusst so ausgewählt, dass betriebswirtschaftliche Studieninhalte sinnvoll ergänzt werden.

Tipp 4



4., aktualisierte und ergänzte Aufl. 2017.
XIII, 346 S. 89 Abb. Brosch.

ISBN 978-3-662-49298-7

€ (D) 29,99 | € (A) 30,83 | *CHF 31.00

Breite Darstellung der Grundlagen und Methoden der angewandten Wirtschaftsforschung

P. Winker

Empirische Wirtschaftsforschung und Ökonometrie

Praktische Anwendung und wissenschaftliche Analyse in den Wirtschaftswissenschaften basieren zunehmend auf dem Einsatz empirischer Methoden - dieses Buch führt Studierende der Wirtschaftswissenschaften und benachbarter Fächer in die wichtigsten Methoden der angewandten Wirtschaftsforschung einschließlich der Ökonometrie ein. Inhaltlich umfasst das Lehrbuch die Bereiche Daten (Grundlage und Aufbereitung), Wirtschaftsindikatoren, Input-Output-Analyse, ökonometrische Verfahren, Trend- und Saisonbereinigung sowie Simulation und Prognose. Dabei wird stets ein enger Bezug zu praktischen Anwendungen und ein intuitiver Zugang angestrebt, ohne auf eine formale Darstellung der Methoden zu verzichten.

Tipp 5



7., ergänzte und aktualisierte Aufl. 2017.
XXIX, 574 S. 203 Abb. Brosch.

ISBN 978-3-662-53960-6

€ (D) 29,99 | € (A) 30,83 | *CHF 31.00

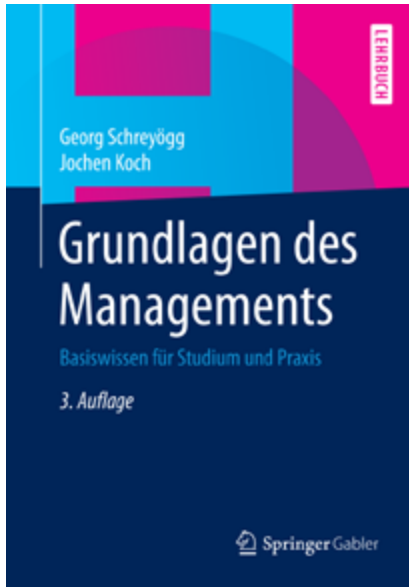
Verständlicher Einstieg in die Denkansätze der Ökonomie

P. Engelkamp, F. L. Sell

Einführung in die Volkswirtschaftslehre

Dieses Buch vermittelt einen umfassenden Überblick über die Volkswirtschaftslehre mit dem Ziel, die wichtigsten Fragestellungen dieser Disziplin aufzuzeigen und die Methoden vorzustellen, mit denen man diese Fragen zu beantworten sucht. In erster Linie geht es darum, die „ökonomische Intuition“ beim Leser zu wecken, mit den Denkansätzen der Ökonomie vertraut zu machen und zur weiteren Beschäftigung mit der Materie anzuregen. Nach einem kurzen Überblick über die Grundlagen der Volkswirtschaftslehre steht die Behandlung mikro- und makroökonomischer Themen im Vordergrund. Anschließend werden zentrale Themen der Theorie der Wirtschaftspolitik und der Finanzwissenschaft untersucht.

Tipp 6



3. Aufl. 2014. XIV, 527 S. 81 Abb. Mit
Online-Extras. Brosch.

ISBN 978-3-658-06748-9

€ (D) 32,99 | € (A) 33,91 | *CHF 41.50

Maßgeschneiderte Grundlage für einen kompletten Semesterzyklus

G. Schreyögg, J. Koch

Grundlagen des Managements **Basiswissen für Studium und Praxis**

Kompakte, modular aufgebaute Einführung in die wichtigsten Inhalte des Managements. Themenauswahl und -aufbereitung sind im Hinblick auf die aktuellen Anforderungen von Management- und Unternehmensführungsmodulen konzipiert. Die 13 Einzelmodule stellen eine in sich geschlossene Lehreinheit dar und bieten eine maßgeschneiderte Grundlage für einen kompletten Semesterzyklus, lassen sich aber ebenso einzeln einsetzen. Alle 13 Kapitel folgen einem einheitlichen didaktischen Konzept: Lernziele, Lehrtext mit integrierten Informationskästen und Marginalien, Lernkontrollfragen zum Selbststudium, Diskussionsfragen für den Unterricht und Fallstudie mit Übungsfragen zur praxisnahen Umsetzung der Lehrinhalte.

Tipp 7



10. Aufl. 2017. Etwa 1200 S. Mit Online-Extras. Geb.

ISBN 978-3-658-17901-4

ca.€ (D) 59,99 | € (A) 61,67 | *CHF 62.00

Didaktisch anspruchsvoll aufbereitetes Standard- Lehrbuch – nun bereits in der 10. Auflage!

K. Macharzina, J. Wolf

Unternehmensführung

Das internationale Managementwissen Konzepte - Methoden - Praxis

Professor Macharzina und Professor Wolf vermitteln in ihrem didaktisch anspruchsvoll aufbereiteten und bereits in neun Auflagen sehr erfolgreichen Lehrbuch einen systematischen Überblick über Funktionen, Instrumente und Praxis des Managements aus internationaler Perspektive. Für die Neuauflage wurde das Lehrbuch wieder komplett durchgesehen und unter pädagogisch-didaktischen Gesichtspunkten weiter verbessert. Dabei wurden zahlreiche Forschungsergebnisse berücksichtigt sowie die Fall- und Praxisbeispiele aktualisiert und bei Bedarf angepasst.

Tipp 8



6. Aufl. 2016. XII, 556 S. Mit Online-Extras.
Brosch.

ISBN 978-3-8349-4484-9

€ (D) 42,99 | € (A) 44,20 | *CHF 45.50

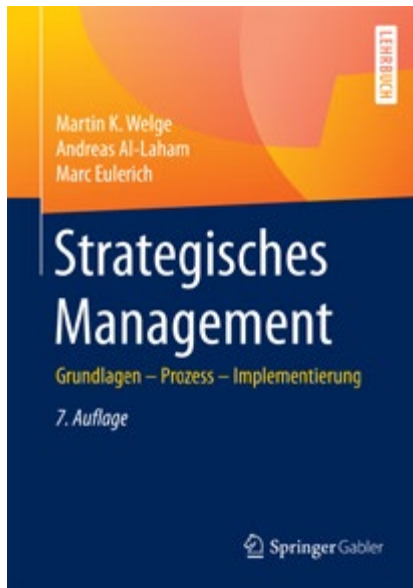
Didaktisch gut aufbereitetes Lehrbuch mit anschaulichen Fallstudien

G. Schreyögg, D. Geiger

Organisation Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien

Didaktisch gekonnt aufbereitet stellen Georg Schreyögg und Daniel Geiger Konzepte und Methoden zum Verständnis der Probleme der Organisationsgestaltung und zur Entwicklung fundierter Lösungen vor. Zahlreiche aktuelle Fallbeispiele illustrieren die Ansätze und regen zur praktischen Anwendung des theoretischen Wissens an. Diskussionsfragen dienen der Vertiefung des Gelernten. Für die sechste Auflage wurde das Lehrbuch vollständig überarbeitet und um zahlreiche neue Entwicklungen in der Organisationstheorie (z.B. Practice-Perspektive, Ressource-based-view) ergänzt.

Tipp 9



7., überarb. u. erw. Aufl. 2017. XVIII, 981 S.
Geb.

ISBN 978-3-658-10647-8

€ (D) 59,99 | € (A) 61,68 | *CHF 63.50

Einführung in das gesamte Spektrum des Strategischen Managements

M. K. Welge, A. Al-Laham, M. Eulerich

Strategisches Management **Grundlagen - Prozess - Implementierung**

Nach einem Überblick über theoretische Ansätze wird der Prozess des Strategischen Managements mit seinen Aufgabenbereichen ausführlich beschrieben. Neu ist das Kapitel zur strategischen Kontrolle, womit der besonderen Bedeutung dieser Phase im Strategieprozess Rechnung getragen wird. Die Strategieformulierung ist um eine kritische Würdigung der in der Praxis weit verbreiteten Blue Ocean Strategy ergänzt worden. Zu den Besonderheiten des Lehrbuches zählen die Integration ressourcenorientierter und wertorientierter Aspekte der strategischen Unternehmensführung sowie die Berücksichtigung empirischer Forschungsergebnisse der internationalen Strategieforschung.

Tipp 10



13., aktual. Aufl. 2016. XII, 317 S. 75 Abb. in Farbe. Mit Online-Extras. Brosch.

ISBN 978-3-658-09802-5

€ (D) 26,99 | € (A) 27,74 | *CHF 28.50

Kompakte und anwendungsorientierte Einführung ins Marketing

M. Bruhn

Marketing **Grundlagen für Studium und Praxis**

Dieses Lehrbuch vermittelt anschaulich die gesamten Grundlagen des Marketing und nimmt dabei konsequent Bezug auf die Praxis. Die anwendungsorientierte Darstellung versetzt den Leser in die Lage, Marketingprobleme zu analysieren und eigenständig Problemlösungen zu erarbeiten. In der 13. Auflage wurden alle Kapitel aktualisiert.

Tipp 11



5., überarb. u. erw. Aufl. 2017. XVII, 348
S. 85 Abb. in Farbe. Mit Online-Extras.
Brosch.

ISBN 978-3-658-13653-6

€ (D) 22,00 | € (A) 22,62 | *CHF 23.00

Eine den speziellen Anforderungen des Anfängers angepasste Einführung ins Marketing

C. Homburg

Grundlagen des Marketingmanagements Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung

Der Leser erhält eine systematische Einführung in die Denkweisen, Konzepte, Methoden und Instrumente des Marketing. Christian Homburg vermittelt Studierenden und Praktikern in anschaulicher und kompakter Weise die Grundlagen des Marketingmanagements. Aufbau und Inhalt des Buches orientieren sich dabei an den sieben Perspektiven des Marketing. In der 5. Auflage wurden alle Kapitel vollständig überarbeitet. Dabei wurden neue internationale Forschungsergebnisse, zahlreiche neue Praxisbeispiele sowie aktuelle Entwicklungen der Marketingforschung integriert.

Tipp 12



12., überarb. u. aktualisierte Aufl. 2015.
XXIV, 886 S. (Meffert Marketing Edition)
Geb.

ISBN 978-3-658-02343-0

€ (D) 39,99 | € (A) 41,11 | *CHF 50.00

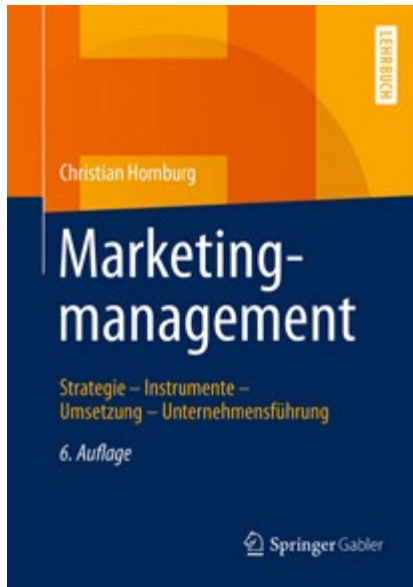
Das Standardlehrbuch zu den Grundlagen des Marketingmanagements

H. Meffert, C. Burmann, M. Kirchgeorg

Marketing **Grundlagen marktorientierter** **Unternehmensführung Konzepte -** **Instrumente - Praxisbeispiele**

Dieses bewährte Standardwerk liefert Studierenden im Bachelor- und Masterprogramm umfassende Grundlagen des Marketingmanagements aus einer entscheidungsorientierten Sicht. In der 12. Auflage wurden bei den Verhaltens- und Informationsgrundlagen des Marketing aktuelle Erkenntnisse aus der neurowissenschaftlichen Forschung integriert. Neuere Entwicklungen im Bereich der interaktiven Kommunikationsinstrumente wurden vertiefend berücksichtigt, die Ausführungen zum Marketingcontrolling im Rahmen der Marketing-Mix-Kapitel aktualisiert und die Zukunftsperspektiven des Marketing fortgeführt.

Tipp 13



6., überarb. u. erw. Aufl. 2017. XXV, 1368 S.
248 Abb. in Farbe. Mit Online-Extras. Geb.
ISBN 978-3-658-13655-0
€ (D) 39,99 | € (A) 41,11 | *CHF 41.50

Marketing und Vertrieb aus managementorientierter Sicht

C. Homburg

Marketingmanagement **Strategie - Instrumente - Umsetzung** **- Unternehmensführung**

Umfassender Überblick der Fragestellungen und Inhalte in Marketing und Vertrieb: Zum tieferehenden Verständnis dieser Inhalte trägt die ausgeprägte theoretische Fundierung des Buches bei. Eine kritische quantitative Orientierung fördert das strukturierte und präzise Durchdenken der aufgezeigten Fragestellungen, wobei auch die Grenzen der Unterstützung von Marketingentscheidungen durch quantitative Modelle aufgezeigt werden. Neben den neuesten Erkenntnissen der Marketingforschung werden insbesondere die umsetzungsbezogenen Aspekte des Marketing dargestellt.

Tipp 14



7., aktualisierte Aufl. 2016. XIII, 391 S.
Brosch.

ISBN 978-3-658-11069-7

€ (D) 29,99 | € (A) 30,83 | *CHF 32.00

Grundlagen und Methoden der Investitionsrechnung und Finanzierung

H. P. Becker

Investition und Finanzierung **Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft**

Das Lehrbuch definiert die Ziele der Investitions- und Finanzpolitik in Unternehmen und erklärt einfach und verständlich die Grundlagen und Methoden der Investitionsrechnung, Finanzierung und Finanzderivate. Systematisch werden klassische und neue Instrumente vorgestellt, analysiert und bewertet. Beispiele und Aufgaben mit Lösungsvorschlägen ergänzen die Ausführungen. Neu in der siebten Auflage sind vor allem die Kapitel über Basel III und Crowdfunding. Darüber hinaus ist ein ausführliches Fallbeispiel für eine Firmenübernahme eingefügt worden.

Tipp 15



8. Aufl. 2014. XXI, 744 S. 46 Abb. in Farbe.
(Springer-Lehrbuch)

ISBN 978-3-642-35961-3

€ (D) 29,99 | € (A) 29,99 | *CHF 40.00

Konzeptionelle Gestaltung und Einsatzbedingungen von Rechnungs- und Informationssystemen

R. Ewert, A. Wagenhofer

Interne Unternehmensrechnung

Dieses Lehrbuch stellt drei Hauptfunktionen der internen Unternehmensrechnung in den Vordergrund:

1. Entscheidungsrechnungen: Analysiert werden entscheidungstheoretische Grundlagen, Beziehungen der internen Unternehmensrechnung zur Investitionsrechnung, Produktionsprogrammplanung bei Sicherheit und Unsicherheit, Preisbestimmung, Break-even-Analysen und Instrumente des Kostenmanagement.
2. Kontrollrechnungen: Berechnung und die Auswertung von Abweichungen sowie Anreizwirkungen von Kontrollen.
3. Koordinationsrechnungen: Konzepte und Wirkungen von Budgetierung, von Kennzahlen zur Performancemessung und von Verrechnungspreisen.

Tipp 16



2. Aufl. 2017. XXIII, 346 S. 128 Abb. Brosch.

ISBN 978-3-540-74304-0

€ (D) 29,99 | € (A) 30,83 | *CHF 31.00

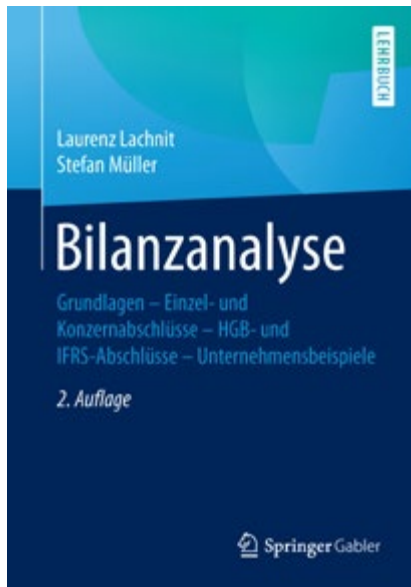
Unternehmensbewertung in Theorie und Praxis

C. Kuhner, H. Maltry

Unternehmensbewertung

Ausgehend von den verschiedenen rechtlich bzw. wirtschaftlich motivierten Anlässen einer Unternehmensbewertung sowie der Darstellung der dogmengeschichtlichen Entwicklung in Deutschland wird die Unternehmensbewertung investitionstheoretisch fundiert. Das Prognoseproblem und das Kapitalisierungsproblem werden getrennt voneinander betrachtet. Im Rahmen der Darstellung von Cash-Flow-Prognosen werden verschiedene Methoden präsentiert, um zu einer plausiblen Prognose zu gelangen. Im Rahmen der Darstellung des Kapitalisierungsproblems werden die klassische Ertragswertmethode und vor allem die modernen Varianten der DCF-Verfahren unter verschiedenen Besteuerungsregimes vorgestellt und die relevanten Bewertungsformeln entwickelt.

Tipp 17



2., akt. und überarb. Aufl. 2017. VI, 294 S.
66 Abb. Brosch.

ISBN 978-3-658-17326-5

€ (D) 44,99 | € (A) 46,25 | *CHF 46.50

Aktuellstes Grundlagenwissen zur Bilanzanalyse

L. Lachnit, S. Müller

Bilanzanalyse **Grundlagen – Einzel- und** **Konzernabschlüsse – HGB- und IFRS-** **Abschlüsse – Unternehmensbeispiele**

Das Buch stellt umfassend, anwendungsorientiert und auf aktuellstem Stand das Instrumentarium für eine gezielte Auswertung des Jahresabschlusses vor. Behandelt wird die Analyse sowohl von Einzel- wie auch von Konzernabschlüssen. Viele Unternehmensbeispiele verdeutlichen die Analysemethoden und -aussagen und schaffen so die Verbindung zur praktischen Umsetzung. Für die 2. Auflage wurde das Buch umfassend aktualisiert.



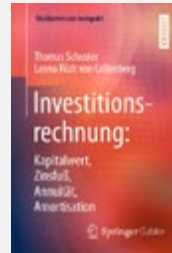
Studienwissen kompakt - je nur € 14,99



ISBN 978-3-662-44326-2



ISBN 978-3-658-05692-6



ISBN 978-3-662-47798-4



ISBN 978-3-658-09867-4



ISBN 978-3-658-11234-9



ISBN 978-3-658-06764-9