

Handel 4 0 Die Digitalisierung Des Handels Strate

Erfolgsfaktoren von Online Customer Experience
 Handel 4.0
 Chances and Challenges of Digital Management
 Verfassungswandel durch Digitalisierung
 Digital anders arbeiten
 Omni-Channel 4.0
 Selected Perspectives on Platforms in E-Commerce Ecosystems
 Bildung in the Digital Age
 Systems Theory and Agile Brand Management
 Digitalisierung und Arbeit
 Die Bedeutung der Digitalisierung im stationären Handel. Ursachen und Formen
 Künstliche Intelligenz im Handel 1 - Überblick
 Management der digitalen Transformation
 Innenstädte, Einzelhandel und Corona in Deutschland
 Digital Connection
 Doing Business in Europe
 Potenziale digitaler Geschäftsmodelle und deren -prozesse
 Handel 4.0
 Kompetenzverschiebungen im Digitalisierungsprozess
 Handel 4.0. Entwicklung und Zukunft des Handels
 Wie kann Online-Handel und E-Commerce erfolgreich gestaltet werden? Ein weltweit erfolgreich agierenden Konzerns als Beispiel
 Handbuch Industrie 4.0: Recht, Technik, Gesellschaft
 Servitization als Wettbewerbsfaktor
 Zeitschrift für Kulturmanagement: Kunst, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft
 Moderne Personalpolitik in Handel und Vertrieb
 Handbook on Digital Business Ecosystems
 Die Informationsbedarfsanalyse für Kennzahlen in Handelsunternehmen
 Der digitale Kulturbetrieb
 IT-Strategie
 Digitalisierung und Kommunikation
 Handel 4.0 Die Digitalisierung des Handels
 Transportation Management Land & Sea, Aviation and Infrastructure Concepts
 Digitale Transformation in der Berufsbildung
 Grundlagen des E-Commerce
 Strategien für den innerstädtischen Einzelhandel. Wie können Ladengeschäfte der Digitalisierung begegnen?
 Fostering Scientific Citizenship in an Uncertain World
 Future Skills
 Steuerrecht und Digital Economy
 Künstliche Intelligenz im Einzelhandel. Digitalisierungsdruck auf derzeitige Geschäftsmodelle
 Picken, Packen, Radeln?

Handel 4 0 Die Digitalisierung Des Handels Strate

Downloaded from intra.itu.eby.guest

LETICIA ALANI

Erfolgsfaktoren von Online Customer Experience BoD – Books on Demand
 This edited volume brings together innovative research in the field of Science Education, fostering scientific citizenship in an uncertain world. The nineteen chapters presented in this book address diverse topics, and research approaches carried out in various contexts and settings worldwide, contributing to improving and updating knowledge on science education. The book consists of selected high-quality studies presented at the 14th European Science Education Research Association (ESERA) Conference, held online (due to the Covid-19 pandemic) by the University of Minho, Portugal, between August 30th and September 3rd, 2021. Being of great relevance in contemporary science education, this book stimulates reflection on different approaches to enhance a deeper understanding of how better prepare the coming generations, which is of great interest to science education researchers and science teachers.

Handel 4.0 Taylor & Francis

"Business goes global, taxes stay local." Dies gilt insbesondere für das internationale Unternehmenssteuerrecht. Aufgrund des stetig wachsenden Digitalisierungsgrads der gesamten Wirtschaft sind sachgerechte Lösungen dringend erforderlich. Der Autor untersucht nationale und internationale Ansätze und schlägt eine grundlegende Reform der internationalen Unternehmensbesteuerung vor. Deren Grundelemente sind das Abstellen auf einen sog. economic nexus zur Bejahung steuerlicher Zugriffsrechte (wirtschaftliche Anknüpfung) und die formelhafte Aufteilung der international vereinnahmten Gewinne (formulary apportionment).

Chances and Challenges of Digital Management Springer-Verlag

Bildung in the Digital Age explores the challenges and potentials of digitalization for educational theory and practice and identifies how the pedagogical concept of Bildung can be used to meet these demands. Discussing the educational landscape of a pandemic and post-pandemic world, the book describes how digitalization changes the media foundation of learning and teaching. It further raises questions of how we could think about Bildung in a digitalized world, how Bildung-based online teaching and learning can be implemented, and whether it is possible to understand Bildung and its emphasis on individual freedom and self-determination as a counter-concept to digital surveillance capitalism. The book will appeal to academics, researchers, and postgraduate students in the fields of digital learning, educational theory, and media education.

Verfassungswandel durch Digitalisierung GRIN Verlag

Bachelorarbeit aus dem Jahr 2019 im Fachbereich BWL - Handel und Distribution, Note: 2,0, FOM Essen, Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH, Hochschulleitung Essen früher Fachhochschule, Sprache: Deutsch, Abstract: Ziel dieser Seminararbeit ist es, eine Definition des Vertriebs und der Vertriebsstrategien, in einem nächsten Schritt den Zusammenhang zwischen den unterschiedlichen theoretischen Grundlagen der Vertriebsstrategien, der Vertriebswege und -organe, sowie eine Optimierung des Vertriebs vorzustellen. Schließlich wird auch das Kundenmanagement thematisiert. Zum Abschluss erfolgt ein Blick auf die Praxisanwendbarkeit sowie eine kritische Würdigung. Die Konkurrenz schläft nicht. Sie entwickeln ständig neue Ideen bzw. neue Strategien, um den Absatz noch effektiver zu gestalten, um auf diese Weise den Gewinn zu maximieren. Dieses bedeutet, dass Unternehmen, welche langfristig erfolgreich und den Mitbewerbern Schritte voraus sein wollen, es sich zur Pflicht machen sollten, den eigenen Vertrieb und deren Vertriebsstrategien zu analysieren und zu überprüfen, um dadurch die erfolgreichste Vertriebsstrategie zu entwickeln und möglichst Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Hierbei spielt es keine Rolle, ob es sich um eine Dienstleistung oder um ein Produkt handelt, da alle Unternehmen einen größtmöglichen Gewinn bzw. Absatz erzielen wollen. Um eine erfolgreiche Strategie zu

entwickeln, braucht dieser Prozess Zeit. Darüber hinaus ist die Akzeptanz der Vertriebsmitarbeiter wichtig, denn diese sollen die neu entwickelte Vertriebsstrategie umsetzen. Daher sollte man die Vertriebsmitarbeiter aktiv in diesen Prozess einbeziehen, weil dadurch Erfahrungen und Kenntnisse aus der täglichen Praxis mit eingebracht werden können, wie unter anderem der Kundenkontakt, das Know-how sowie die Fortschritte der Konkurrenz. Werden die Vertriebsmitarbeiter nicht in die neu entwickelten Vertriebsstrategien eingebunden, kann es zum Widerstand ihrerseits kommen.

Digital anders arbeiten SAGE

Studienarbeit aus dem Jahr 2020 im Fachbereich BWL - Handel und Distribution, Note: 1,3, , Sprache: Deutsch, Abstract: Diese Arbeit befasst sich mit der Frage, welche Auswirkungen - sowohl in positiver als auch negativer Hinsicht - die Digitalisierung auf den stationären Handel hat. Hierbei sollen nach Erläuterung der einschlägigen Theorie und Methodik insbesondere die Chancen und Risiken herausgearbeitet werden, welche sich durch die Digitalisierung für den stationären Handel ergeben. Hierzu wurde diese Arbeit in sechs Teilbereiche gegliedert. Anfangs werden grundlegende Begrifflichkeiten in Bezug auf die Digitalisierung definiert. Anschließend wird kurz die einschlägige Entwicklung der Digitalisierung im Handel erläutert. Nachfolgend werden die Ursachen, welche zur fortschreitenden Digitalisierung im Handel führen, näher erklärt. Im fünften Abschnitt der vorliegenden Arbeit werden verschiedene Formen der Digitalisierungen erklärt. Da es sich hier um eine kurze Ausarbeitung handelt, werden hier exemplarisch zwei Formen der Digitalisierung im stationären Handel erläutert und erklärt: das digitale Marketing und die digitale Bezahlung. Im nachfolgenden sechsten Abschnitt werden die sich aus den zuvor erläuterten Themenbereichen ergebende Chancen und Risiken per argumentum erarbeitet und diskutiert. Letztlich wird die Arbeit anhand eines zusammenfassenden Fazits beendet.

Omni-Channel 4.0 Springer-Verlag

Dieses Lehrbuch vermittelt kompaktes Übersichtswissen über alle relevanten Modelle, Konzepte, Bausteine und Prozesse des E-Commerce. Der Autor erläutert und bewertet valide Erkenntnisse aus der Theorie und Empirie basierend auf dem aktuellen Stand der Forschung, und erklärt die wirtschaftlichen Zusammenhänge und Gesetzmäßigkeiten des E-Commerce anschaulich an Best Practices und Langzeitstudien. Die Lerninhalte sind leicht verständlich in didaktisch ausgewogenen Einheiten aufbereitet. Damit werden Studierende befähigt, ökonomische Zusammenhänge und betriebswirtschaftliche Potenziale des E-Commerce zu erkennen, einzuordnen und zu bewerten. Zusätzliche Fragen per App: Laden Sie die Springer-Nature-Flashcards-App kostenlos herunter und nutzen Sie exklusives Zusatzmaterial, um Ihr Wissen zu prüfen.

Selected Perspectives on Platforms in E-Commerce Ecosystems Routledge

Dieses Buch führt in die digitale (R)evolution der Wirtschaft am Beispiel des Dienstleistungssektors Handel ein und stellt Strategien sowie neue Technologien für eine erfolgreiche Gestaltung der digitalen Transformation vor. Unter dem Stichwort „Handel 4.0“ diskutieren Autoren aus Wissenschaft und Praxis, wie eine traditionelle Branche durch die Digitalisierung neben neuen Konkurrenten vor allem neue Chancen erhält, mit innovativen Dienstleistungen ihre Kunden neu zu begeistern. Dabei spielen die Auswirkungen auf Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsketten, Prozesse und Technologien eine genauso große Rolle wie die eigene Transformation der Unternehmen und ihrer Mitarbeiter. Das rasante Wachstum des Online-Handels zwingt Unternehmen, traditionelle Geschäftsmodelle zu überdenken. Multi- oder Omni-Channel sind Themen, mit denen sich auch rein stationäre Handelsunternehmen beschäftigen müssen, um am Markt bestehen zu können. Eine intelligente Kombination stationärer Elemente mit Online-Inhalten ist ein Schlüssel, um im digitalen Konkurrenzkampf wettbewerbsfähig zu bleiben. Aufgezeigt werden mögliche Wege hin zu einer erfolgreichen Transformation und gelungene Beispiele namhafter nationaler und internationaler Handelsunternehmen. Die Kombination aus aktuellen Forschungsergebnissen und Best Practices machen diese Einführung in das Thema Handel 4.0 zu einer lohnenswerten Lektüre für Praktiker und

Forscher.

[Bildung in the Digital Age](#) transcript Verlag

Bachelorarbeit aus dem Jahr 2020 im Fachbereich BWL - Offline-Marketing und Online-Marketing, Note: 1,0, Fachhochschule Trier - Hochschule für Wirtschaft, Technik und Gestaltung, Sprache: Deutsch, Abstract: Das Ziel der Arbeit ist es, den aktuell bereits begonnenen und sich zukünftig absehbar weiter fortsetzenden Transformationsprozess im Einzelhandel aufzuzeigen. Es stellt sich die Frage, wie er sich aus dem Digitalisierungsdruck und der Implementierung künstlicher Intelligenz auf derzeitige Geschäftsmodelle auswirkt. In Kapitel zwei werden zunächst alle begrifflichen Grundlagen zur Themenstellung aufgeführt und erläutert. Im dritten Kapitel beschreibt der Autor allgemeine Anwendungsfelder künstlicher Intelligenz, und teilt im darauffolgenden Kapitel deren Implementierung in vier zentrale Prozesse des Handels ein. Kapitel fünf trifft eine Bewertung der KI im Einzelhandel sowohl aus Händler- als auch aus Konsumentensicht. Auf diesen Erkenntnissen fußend wird im letztem Kapitel eine kritische Bewertung und Einschätzung des Potenzials von KI für den Einzelhandel getroffen, sowie ein potentieller Ausblick über den zukünftigen Einsatz gegeben. Wohl keine Entwicklung der letzten Jahre hat Wirtschaft und Gesellschaft so fundamental verändert wie die Digitalisierung, und der Prozess scheint beständig weiter an Fahrt aufzunehmen. Nach Mechanisierung (Industrie 1.0), Massenproduktion (Industrie 2.0) und Automatisierung (Industrie 3.0) wird das Internet der Dinge und Dienste in der Fertigung als vierte industrielle Revolution bezeichnet. Über Jahrzehnte haben IT-Technik und -Anwendung mit evolutionärer Entwicklung des Digitalisierungsniveaus den Boden bereitet, aus den nun fast zwangsläufig revolutionären Realitäten und Möglichkeiten erwachsen. Hat eine erste Welle der Digitalisierung die reine Erfassung und Speicherung von Daten möglich gemacht, so ist Ziel der zweiten Digitalisierungswelle das Verstehen und Neu-Interpretieren dieser Daten. Wesentlicher Treiber dieser zweiten Digitalisierungswelle ist die künstliche Intelligenz (KI). Bereits jetzt hat sie Einzug in fast alle Wirtschafts- und Lebensbereiche gefunden und definiert Ansprüche, Möglichkeiten und Grenzen globaler Märkte und Wertschöpfungsketten neu. Der Handel, als einer der bedeutendsten Wirtschaftszweige, sieht sich unter den Gegebenheiten von Industrie 4.0 einer enormen und vielschichtigen Aufgabe konfrontiert, die es gesellschafts- und zukunftsgerichtet zu gestalten und zu lösen gilt. Der digitale Wandel induziert völlig neue Anforderungen und Erwartungen der Kunden und erzwingt so z.T. grundlegende Veränderungen herkömmlichen Handels.

Systems Theory and Agile Brand Management GRIN Verlag

Es gibt kaum ein Unternehmen, das nicht von der zunehmenden Digitalisierung betroffen ist. Umso verwunderlicher ist es, dass viele Unternehmen keine digitale Strategie vorweisen können. Dieses Buch zeigt, warum die digitale Transformation für jedes Unternehmen lebensnotwendig ist, wenn man langfristig am Markt erfolgreich sein möchte. Ausgehend von einigen Grundlagen werden praxisorientiert die nötigen Kenntnisse vermittelt, wie der Prozess der digitalen Transformation strukturiert werden kann. Zusätzlich widmet sich dieses Buch ausführlich den Erfolgsfaktoren der digitalen Transformation und verdeutlicht, wie das Management erfolgreiche Transformationsprozesse fördern kann.

Digitalisierung und Arbeit Logos Verlag Berlin GmbH

The new third edition provides readers with the fundamental theories and concepts for understanding how business is done in Europe, linking it to the current European business environment through a range of up-to-date case studies and examples. Revised and updated to include recent changes in the economic and political climate of Europe, and thematic perspectives on key contemporary European challenges, the authors also bring into consideration non-EU Business in the EU as well as the way Brexit is likely to affect businesses. Also new to this edition: Examples and cases from a wider range of European member states, including Tesla, Airbnb, Ryanair, Belgian AB InBev's acquisition of British SABMiller, and the expansion of Alibaba Group in Europe. Enhanced material on business in EFTA and CEFTA areas. Analysis of the effects of digitalisation, business analytics and Artificial Intelligence have on business in Europe. Coverage of the challenges and opportunities stemming from migration and the refugee crisis. A specific focus on the gig and shared economy. An investigation into how sustainability and climate change agreements impact on business. The book is supported by online resources for lecturers and students, including an instructor's manual, PowerPoint Slides, multiple choice questions, class-based role play instruction guides, chapter summaries, and links to relevant videos and podcasts. Suitable reading for students on European business modules at both undergraduate and postgraduate level.

Die Bedeutung der Digitalisierung im stationären Handel. Ursachen und Formen BoD - Books on Demand

Immer mehr Unternehmen nutzen die Chancen der Digitalisierung und profitieren von Clouds, Smartphones und mehr. In der Folge arbeiten immer mehr Menschen flexibel, online, im Büro, im Home Office oder unterwegs. Die Kehrseite ist, dass die Organisation der Mitarbeiter, der Arbeit oder des Büros immer komplexer wird. Oft hat man das Gefühl, den Prozessen nachlaufen statt alles im Griff zu haben. Digitales Arbeiten bedeutet oft auch den Abschied von der Perfektion. Sigrid Hess beantwortet die drängendsten Fragen zum digitalen Arbeiten, zu den neuen Formen der Teamarbeit, der entgrenzten Arbeitszeit und den spezifischen Anforderungen an die Datensicherheit. Sie zeigt, welche neuen Tools wichtig werden, wie etwa OneDrive, OneNotes oder mobile Scanner Apps, und was man über diese wissen sollte. So kann jeder die neuen Herausforderungen meistern!

Künstliche Intelligenz im Handel 1 - Überblick Redline Wirtschaft

Diese Forschungsarbeiten zeigen aktuelle Trends im Einzelhandel. Jede Fallstudie beginnt mit der Beschreibung des Unternehmens, deren Entwicklung, der Marktsituation, sowie einem digitalen Konzept, welches in der Corona-Zeit an Bedeutung gewonnen hat.

Management der digitalen Transformation GRIN Verlag

Brands started out as communication tools to influence the image of companies or products (inside-out thinking) but have developed into channels of social forces. Powerful brands impact not just customer decisions but also markets and social institutions, such as fashion trends, city life, or even social movements. This book explores the implications of Niklas Luhmann's theory of social systems for the theory and practice of agile brand management, in particular highlighting the central role of brand aesthetics and of brands as channels for mutual education between companies and consumers. Since the rise of social media, "perfect" brands have become the mirror of community values as the communities themselves develop brand content. Brands themselves become "living systems" and evolve like systems do. The author introduces systems theory to provide a conceptual framework that integrates the different views of branding: inside-out and outside-in thinking. This Luhmannian theory of branding is discussed against the current background of (Western) societies, which are undergoing a broad shift from hard to soft selling in marketing, influenced by social media. The book is not about whether closed systems analysis and discussion can or should replace traditional management; moreover, it emphasizes the fruitful insights and demonstrates that the

power of management is limited and should be extended by looking at the means of closed systems. This book will be of primary value to scholars with an interest in systems theory and thinking, brand theory, and management. The interdisciplinary approach also makes the book a valuable resource for those researching change management, agile management, and sociology.

Innenstädte, Einzelhandel und Corona in Deutschland BoD - Books on Demand

Die als Digitalisierung bezeichnete umfassende gesellschaftliche bzw. kulturelle Transformation lasst auch das Grundgesetz nicht unberührt. Die Fortentwicklung der Lehre vom Verfassungswandel ermöglicht es, die verfassungsrechtlichen Dynamiken als einen strukturellen Verfassungswandel zu beschreiben, der sich am Leitbild digitaler Souveränität orientiert. Das Leitbild steht für die Verantwortung und die Legitimität des Staates unter den Bedingungen der Digitalisierung. Enrico Peuker entfaltet es exemplarisch in den verfassungsrechtlichen Kontexten der digitalen Infrastrukturen sowie der "digitalen" Grundrechte. Er pladiert für eine erweiterte Lesart der staatlichen Infrastrukturverantwortung als Optimierungsrecht hinsichtlich des Breitbandausbaus und der IT-Sicherheit und verortet die Grundrechtsentwicklungen in einem Drei-Stufen-Modell aus Interpretation, Innovation und Kodifikation.

Digital Connection BoD - Books on Demand

Der Lebensmittelonlinehandel in Deutschland gewann, verstärkt durch die Covid-19-Pandemie, an Umsatzanteilen im Lebensmitteleinzelhandel. Hierdurch wurden neue Anforderungen an Arbeit und Beschäftigung in Deutschland geschaffen. Insbesondere in urbanen Räumen hat die Lebensmittelzustellung durch neu entstandene Betriebsformen zugenommen. So entstehen durch das Versprechen der Betriebe, Lebensmittel in kurzen Zeiträumen zu liefern, verschiedene Logistikstandorte und u.a. urbane Fahrradlieferdienste. Während Medien und Gewerkschaften bereits vor der Entstehung prekärer Arbeitsbedingungen warnen, sind die genauen Auswirkungen des Lebensmittelonlinehandels auf die Entwicklung neuer Arbeitsstandorte und die dort stattfindende Beschäftigung nur unzureichend bekannt. Diese Arbeit untersucht den Lebensmittelonlinehandel anhand seiner Betriebsformen, Standorte und Arbeitsprozesse sowie deren Auswirkungen auf Beschäftigte in Deutschland. Den konzeptionellen Hintergrund bilden Arbeiten der geographischen Handelsforschung sowie Debatten zu Arbeitsplatzqualität und Beschäftigung. Für die Analyse sind Primärdaten und Sekundärdaten erhoben worden. Es zeigt sich, dass teilweise komplexe Betriebsformen entstehen, bei denen sich die Arbeit und Arbeitsorte verändern. Zudem entstehen neue Herausforderungen für die Beschäftigten (u.a. physische und psychische Belastung), welche in dieser Arbeit identifiziert werden.

Doing Business in Europe BoD - Books on Demand

Die jährlich in zwei Heften erscheinende, referierte »Zeitschrift für Kulturmanagement« initiiert und fördert eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Kulturmanagement im Hinblick auf eine methodologische und theoretische Fundierung des Faches. Das international orientierte Periodikum nimmt nicht nur ökonomische Fragestellungen, sondern ebenso sehr die historischen, politischen, sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen und Verflechtungen im Bereich Kultur in den Blick. Explizit sind daher auch Fachvertreterinnen und -vertreter akademischer Nachbardisziplinen wie der Kultursoziologie und -politik, der Kunst-, Musik- und Theaterwissenschaft, der Kunst- und Kulturpädagogik, der Wirtschaftswissenschaft etc. angesprochen, mit ihren Beiträgen den Kulturmanagementdiskurs kritisch zu bereichern. Die Herbstausgabe 2018 versammelt Beiträge mit dem Schwerpunkt »Wirtschaftsästhetik«.

Potenziale digitaler Geschäftsmodelle und deren -prozesse Campus Verlag

Diese Fallstudien sind im Rahmen der Vorlesung Forschungsprojekt von Bachelorstudenten/-innen im Studiengang Handel an der DHBW Mannheim mit Handel 4.0 Konzepten erarbeitet worden. Jede Fallstudie beginnt mit der Beschreibung des Unternehmens, deren Entwicklung, der Marktsituation, sowie die Stärken und Schwächen. In einem Best Practice Vergleich wird das Konzept überprüft und in einer Handlungsempfehlung eine Zukunftsbetrachtung vorgenommen. Abschließende Arbeitsfragen können für eine weitere Bearbeitung von Studenten verwendet werden.

Handel 4.0 Springer Nature

Thema der Studie ist der Wandel von Tätigkeiten an betrieblichen Arbeitsplätzen durch die Digitalisierung, für die in der betrieblichen Weiterbildung Unterstützungs- und Gestaltungsansätze entwickelt werden müssen. Anhand von sechs Betriebsfallstudien aus Logistik und stationärem Einzelhandel untersucht das Autorenteam zwei wesentliche Aspekte: die Veränderung von Tätigkeiten auf der ausführenden Ebene und die damit verbundenen Kompetenzverschiebungen. In dem subjektbezogenen Zugang zum Forschungsfeld sind die Beschäftigten Expertinnen und Experten ihrer Arbeit, um zentrale Fragen des digitalisierten Arbeitsalltags zu beantworten: Was heißt Digitalisierung für Arbeitsmittel und -organisation auf betrieblicher Ebene? Wie verändern sich Tätigkeiten? Welche Kompetenzverschiebungen im Hinblick auf menschliche Wissens- und Handlungspotenziale ergeben sich? Wie wird betriebliche Weiterbildung gestaltet? Im Ergebnis liefern Autorinnen und Autor ein erweitertes Kompetenzprofil, das die Besonderheiten der Digitalisierung aufnimmt. Es ist gleichzeitig Grundlage für eine personalorientierte und partizipative Weiterbildungspraxis.

Kompetenzverschiebungen im Digitalisierungsprozess Springer-Verlag

This book presents selected contributions to the International Scientific-Practical Conference 2022 (ISCP 2022) organized by East European University (Georgia) and E-Commerce Institute (Germany). It discusses the possibilities of digital management under current conditions, highlights recent technological advances, and addresses further marketing perspectives. The topics covered include digitalization, digital transformation, e-commerce, artificial intelligence, big data, blockchain, online marketing, the transformation of small and medium-sized businesses, digital law, digital social innovation, and digital ethics.

Handel 4.0. Entwicklung und Zukunft des Handels BoD - Books on Demand

Bachelorarbeit aus dem Jahr 2021 im Fachbereich BWL - Handel und Distribution, Note: 1,3, Hochschule Ludwigshafen am Rhein, Sprache: Deutsch, Abstract: Im Rahmen dieser Forschungsarbeit wird der Frage nachgegangen, mit welchen Strategien der innerstädtische Einzelhandel der Digitalisierung begegnen kann. Das Ziel dieser Forschung ist es, herauszufinden, welche grundsätzlichen Einflussfaktoren auf den Einzelhandel einwirken und wie die innerstädtischen Ladeninhaber diesen zielgerichtet begegnen können. Insbesondere wird hierbei auf Kleinunternehmen wie inhabergeführte Ladengeschäfte eingegangen, da diese im Gegensatz zu größeren Unternehmen begrenzte Ressourcen haben. Durch eine deduktive Literaturrecherche wird das Strategiemodell von Porter und Harrigan auf den innerstädtischen Einzelhandel angewendet und daraus verschiedene Handlungsmöglichkeiten abgeleitet. Ausgehend von den zugrundeliegenden Veränderungen werden theoretische und praktische Handlungsempfehlungen für das Forschungsobjekt vorgestellt.

Best Sellers - Books :

- [Love You Forever By Robert Munsch](#)
- [Girl In Pieces By Kathleen Glasgow](#)
- [The Seven Husbands Of Evelyn Hugo: A Novel](#)
- [Ugly Love: A Novel By Colleen Hoover](#)

- [Spare By Prince Harry The Duke Of Sussex](#)
- [My First Library : Boxset Of 10 Board Books For Kids](#)
- [A Court Of Thorns And Roses Paperback Box Set \(5 Books\) By Sarah J. Maas](#)
- [Lessons In Chemistry: A Novel By Bonnie Garmus](#)
- [The Last Thing He Told Me: A Novel](#)
- [Things We Never Got Over \(knockemout\)](#)