

1. Record Nr.	UNINA9910786512403321
Autore	Hall Thomas E (Thomas Emerson), <1954->
Titolo	Aftermath : the unintended consequences of public policies // Thomas E. Hall
Pubbl/distr/stampa	Washington, District of Columbia : , : Cato Institute, , 2014 ©2014
ISBN	1-939709-39-3
Descrizione fisica	1 online resource (155 p.)
Disciplina	320.60973
Soggetti	Policy sciences - United States Political planning - United States Income tax - United States Cigarettes - Taxation - United States Minimum wage - United States Prohibition - United States
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Nota di contenuto	Aftermath_cover; Aftermath_Print-ready_notrim.pdf; 47700_00i-xii; 47700_001-008; 47700_009-032; 47700_033-050; 47700_051-066; 47700_067-116; 47700_117-120; 47700_121-128; 47700_129-134; 47700_135-140; 47700_141; 47990_142
Sommario/riassunto	When government imposes new taxes, rules, or regulations, it creates outcomes that often differ from the original intent. In some cases, these outcomes are so severe that they render the policy a failure. The law of unintended consequences has taken on an increasing importance during the era of ever-expanding government, and this book explores four important examples: cigarette taxes, alcohol prohibition, the minimum wage, and federal income tax.

2. Record Nr.	UNINA9910163123803321
Autore	Nagel Michael
Titolo	Marketing- und Vertriebsmethoden : Management konkret / / Michael Nagel, Christian Mieke
Pubbl/distr/stampa	Tübingen, : UVK Verlag, 2014
ISBN	3-86496-975-1 3-86496-976-X 3-86496-974-3
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (91 pages)
Disciplina	658.8
Soggetti	4P Betriebswirtschaftslehre BWL Conjoint-Analyse Gewinnschwelle Kundenanalyse Kundenwert Kundenzufriedenheit Marketing Produktlebenszyklus Vertrieb
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	[1. Auflage]
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Sommario/riassunto	Marketing und Vertrieb bilden wichtige Funktionen in Unternehmen. Die Anstrengungen in diesen Bereichen wirken sich wesentlich auf die aktuelle und die künftige Ertrags- und Gewinnhöhe aus. Zum erfolgreichen Absatz von Produkten und Leistungen genügt es in der Regel nicht, über bloßes Verkaufsgeschick zu verfügen. Vielmehr sind unter anderem aussagefähige Marktanalysen, bedarfsgerechte Produkt-, Preis- und Vertriebswegeplanungen sowie konsistente Maßnahmenbündel der Verkaufsförderung gefragt. Das vorliegende Buch enthält einen Basissatz an Methoden, welche die Erfüllung der

beschriebenen Aufgaben unterstützen. Mitarbeiter aus Marketing- und Vertriebsabteilungen erhalten – gewissermaßen für die Jackentasche – ein kompaktes Nachschlagewerk, in dem zentrale und für die Praxis relevante Methoden kurz und knapp vorgestellt, ihre Zielsetzungen beschrieben, die Anwendungsmöglichkeiten verdeutlicht und die umsetzungsbezogenen Grenzen aufgezeigt werden.

---