

1. Record Nr.	UNINA9910473450403321
Autore	Schellinger Jochen
Titolo	Digital Business : Analysen und Handlungsfelder in der Praxis // herausgegeben von Jochen Schellinger, Kim Oliver Tokarski, Ingrid Kissling-Näf
Pubbl/distr/stampa	Springer Nature, 2021 Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2021
ISBN	3-658-32323-X
Edizione	[1st ed. 2021.]
Descrizione fisica	1 online resource (VIII, 438 S. 70 Abb.)
Disciplina	658
Soggetti	Management
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Digital Business in der Praxis -- Die Haltung der Politik zu Digitalthemen mit Wirtschaftsbezug -- Distributed Ledgers in der Energieversorgung -- Robotic Process Automation -- Robotic Process Automation (RPA) -- Open Banking und standardisierte Schnittstellen auf dem Finanzplatz Schweiz -- Integration von Kryptowährungen in das Angebot von Regionalbanken -- Digital HRM -- Employability 4.0 -- HRM im Wandel der Digitalisierung -- Big Data: Konsequenzen für das HRM Schweizer Unternehmen -- Selbstorganisation als Enabler der Digitalisierung -- Edge Computing und Industrie 4.0 -- Schlüsselfaktoren im Marketingkonzept von Schweizer Gig-Workern -- Social Influencer -- Datenbasierte Weiterentwicklung des Kundenerlebnisses in der Möbelbranche -- Mit Nudging zu mehr Spenden auf Webseiten anregen.
Sommario/riassunto	Dieses Open-Access-Fachbuch beleuchtet empirische und theoretische Aspekte der Digitalisierung der Wirtschaft aus der Perspektive verschiedener Managementbereiche. Der Megatrend Digitalisierung ist zu einem dominierenden Einflussfaktor für die Entwicklung der Unternehmen geworden. In zunehmendem Maße werden nicht nur die Strategien der Unternehmen digitaler, sondern sämtliche Führungs- und Handlungsfelder im Digital Business. Das Buch behandelt vor diesem Hintergrund aktuelle, praxisrelevante Fragestellungen zu

allgemeinen Rahmensetzungen und Technologien des Digital Business, zum Finanzmanagement, Human Resource Management, Produktionsmanagement und zum Marketing. Alle Beiträge wurden durch bewährte Autorentams erarbeitet. Diese setzen sich in der Regel aus Lehrenden und Forschenden der Berner Fachhochschule und Vertreterinnen und Vertretern der Unternehmenspraxis mit akademischem Background zusammen. Die Beiträge basieren auf empirischen Analysen, die zumeist ihren Schwerpunkt auf Gestaltungsprobleme aus der Unternehmenspraxis legen. Hieraus ergibt sich ein breites Spektrum an konkreten Fallbeispielen. Die Herausgeber Prof. Dr. Jochen Schellinger ist Professor für Unternehmensführung und Organisation sowie Studiengangsleiter Master of Science in Business Administration an der Berner Fachhochschule. Prof. Dr. Kim Oliver Tokarski ist Professor für Entrepreneurship und Unternehmensführung sowie Leiter der Weiterbildung am Departement Wirtschaft der Berner Fachhochschule. Zudem ist er Leiter des EMBA Digital Business und des MAS Wirtschaftsinformatik der Berner Fachhochschule Wirtschaft. Prof. Dr. Ingrid Kissling-Näf ist Direktorin des Departements Wirtschaft der Berner Fachhochschule und Co-Leiterin des Instituts Sustainable Business. .

---