

1. Record Nr.	UNISA996391369503316
Autore	Fox George <d. 1661.>
Titolo	Compassion to the captives [[electronic resource]] : wherein is shewn unto them the way of God, which is but one, which is not known in the many sects and opinions that are in the dark world, but in the light which comes from Christ, which condemns the world, with its deeds: so they that live in the many sects and opinions, their waies are seen, and denied by the children of Light, who dwells in him who is the way, the truth; and the life. With something in plainness to the officers and souldiers of the armies (in general) in England, Scotland, and Ireland. ... // By me who suffer for the testimony of Jesus, ... I am known to the world by the name George Fox
Pubbl/distr/stampa	London, : Printed for Thomas Simmons, at the sign of the Bull and Mouth, neer Aldersgate., 1656
Descrizione fisica	[2], 20, [2] p
Soggetti	Society of Friends - Doctrines Inner Light
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	The last leaf is blank. Annotation on Thomason copy: "Nou: 15". Reproduction of the original in the British Library.
Sommario/riassunto	eebo-0018

2. Record Nr.	UNINA9910563002803321
Autore	Wehrle Friedrich
Titolo	Strategische Marketingplanung in Warenhäusern : Anwendung der Portfolio-Methode / H. Meffert, Friedrich Wehrle
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c1985
Edizione	[2nd, Revised ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (311 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 1
Soggetti	Sales & marketing management
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften
Sommario/riassunto	<p>In der Marketingpraxis und der Marketingwissenschaft sind in den vergangenen Jahren Fragestellungen der strategischen Marketingplanung in den Mittelpunkt des Interesses gerückt. Kenntnisse über Grundbegriffe der strategischen Marketingplanung, Informationssysteme, Aufbau und Systematik von Marketingkonzeptionen, Zielsysteme, Strategieplanungsmethoden, Marketinginstrumentarium sowie Aspekte der organisatorischen Umsetzung gelten als selbstverständliches «Rustzeug» für jeden Praktiker in Führungspositionen - auch im Handelsbereich. Die primäre Ausrichtung des Handelsmarketing auf kurzfristige Aktivitäten lässt hier eine Lücke zwischen Anspruch und Wirklichkeit entstehen, die der Autor zu schließen versucht. Die Übertragung erfolgreicher Planungskonzepte, -Methoden und -Hilfsmittel auf die strategischen Marketingprobleme des Handels (am Beispiel der Betriebsform Warenhaus) soll das Problembewusstsein für die strategische Komponente des Handelsmarketing scharfen, Problemlosungsmöglichkeiten aufzeigen und Ansätze für die Umsetzung in die praktische Strategiearbeit im Handel geben.</p>