

Was ist eigentlich ...?

136 Begriffe aus Bankmarketing und Bankmanagement kurz erklärt

Bankmarketing und Bankmanagement sind Gegenstand tiefgreifender struktureller und konzeptioneller Veränderungen. Digitale Innovationen, neue Regulierungsimpulse und datenbasierte Steuerungsansätze erweitern das Fachgebiet kontinuierlich. Damit steigt die Anzahl an Begriffen, Modellen und Instrumenten, die in Wissenschaft und Praxis parallel entstehen. Dies führt häufig zu terminologischen Unschärfen und heterogenen Interpretationen. Der Band bietet eine systematische und wissenschaftlich fundierte Orientierung. Er basiert auf den seit Juli 2015 im BankArchiv publizierten Glossaren, die bis Dezember 2026 fortgeführt werden. Die Beiträge vermitteln zentrale Begriffe und Konzepte in komprimierter Form. Sie verbinden theoretische Grundlagen mit praktischer Relevanz. Das inhaltliche Spektrum ist breit angelegt. Es umfasst Methoden wie A/B-Testing in der Marktforschung, Kennzahlensysteme wie Key Performance Indicators sowie Kommunikationsansätze wie die 360°-Kommunikation. Neben etablierten Konzepten werden auch neuere und weniger verbreitete Ansätze vorgestellt, kontextualisiert und kritisch eingeordnet. Die vorgestellten Begriffe eröffnen einen klar strukturierten Zugang zu einem komplexen Fachgebiet. Sie dienen Fach- und Führungskräften, Studierenden und wissenschaftlich Interessierten als zuverlässige Referenz. Der Band unterstützt die Entwicklung eines einheitlichen fachlichen Verständnisses – eine wesentliche Grundlage für fundierte Analyse und konsistente Anwendung in Theorie und Praxis.



35,00 €

32,71 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783851361223

Medium: Buch

ISBN: 978-3-85136-122-3

Verlag: Linde Verlag Wien

Erscheinungstermin: 13.04.2026

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2026

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 690 g

Seiten: 480

Format (B x H): 145 x 210 mm

