



Basiswissen Buch 2008

Bücher über das Bücher machen, kommunizieren und verkaufen – in der 2008er Ausgabe dieses Specials präsentieren wir wieder Standardwerke und Novitäten für Ihre persönliche Weiterbildung. Für die Zusammenstellung danken wir den Kolleginnen und Kollegen aus den beteiligten Verlagen.

Mehr Empfehlungen sowie die komfortable Kollegenbestellung per Mausclick finden Sie auf www.buchmarkt-college.de.

Das neue Urheberrecht



Urheber- und Verlagsrecht: UrhR

C. H. Beck. 11., neubearb. Aufl. 2008. XXXVI, 546 S., Kart. Beck im dtv 5006 ISBN 978-3-406-56885-5 € 12,-

Urheberrechtsgesetz, Verlagsrecht, Recht der urheberrechtlichen Verwertungsgesellschaften, Internationales Urheberrecht. Stand: 1. November 2007 – mit »2. Korb«. Neu enthalten: die Gemeinsamen Vergütungsregeln für Autoren belletristischer Werke, die neue Schutzdauerlinie u.v.m.



Juristische Kurz-Lehrbücher

Manfred Rehlinger Urheberrecht

15. Auflage

Verlag C. H. Beck

Manfred Rehlinger Urheberrecht

C. H. Beck. 15. Aufl. 2008. Rd 400 S., Kart. ISBN 978-3-406-57054-4 ca. € 27,80

Schwerpunkte der Neuauflage: Zweites Gesetzes zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft (sog. Zweiter Korb). Gesetzgebung, Rechtsprechung und Literatur sind bis Oktober 2007 berücksichtigt.

Zeitschriften



BuchMarkt

Das Ideenmagazin für den Buchhandel

Seit 40 Jahren unentbehrlich: Die Printausgabe bringt jeden Monat Infos, Ideen, Themen, Leute und Trends. Und unter www.buchmarkt.de gibt es den schnellsten Nachrichtenticker der Branche.

Probeheft (kostenlos) oder Test-Abo (3 Ausgaben nur Euro 15,-): Tel. 02150/9191-0 vertrieb@buchmarkt.de

Bücher machen & mehr



Schicklering / Menche

Bücher machen

Bramann. 2. Aufl. 2008. 400 S., Geb. ISBN 978-3-934054-31-8 € 40,-

Das Handbuch für Lektoren und Redakteure: Programmplanung, Projektmanagement, Manuskriptbearbeitung, Rechtliche Aspekte, Herstellung, Vertrieb, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit. Dazu: Berufsbild Lektor, freie Mitarbeit, Adressen, Literaturtipps, Checklisten.

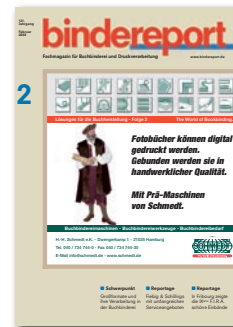


Fritz Wiese

Der Bucheinband

Schlütersche. 7. Auflage 2005. 408 S., 245 Zeichn., Kart. ISBN 978-3-87706-680-5 € 44,90

Das Standardwerk zur Meisterprüfung und zur Aus- und Weiterbildung in allen Bereichen der Buchbinderei. Alle technischen Vorgänge sind klar gegliedert, umfassend ausgeführt und mit hervorragenden Werkzeugzeichnungen dargestellt.

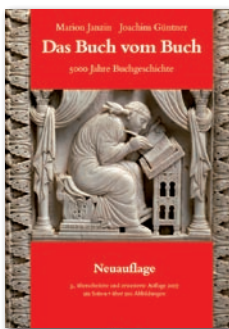


bindereport

Fachmagazin für Buchbinderei und Druckverarbeitung

Der bindereport informiert regelmäßig über technische Neuheiten, Management, berufliche Weiterbildung, erörtert Rechtsfragen und bringt aktuelle Nachrichten aus Fachorganisationen sowie Wirtschaft, Politik und Lieferindustrie.

Kostenloses Probeheft/Abo: Tel. 0511/8550-2424 vertrieb@schluetersche.de



Janzin / Güntner

Das Buch vom Buch

Schlütersche. 3., überarb., erweitert. Aufl. 2007. 512 S., über 500 Abb., Ln./SU ISBN 978-3-89993-805-0 € 88,-

5.000 Jahre Kulturgeschichte des Buches – von den ersten Schriftzeichen bis heute. Alles Wichtige über verschiedene Drucktechniken, Buchformen und Einbandkunst, über Typographie, Schriftstellerei, Bibliotheken, Raubdruck und Zensur.

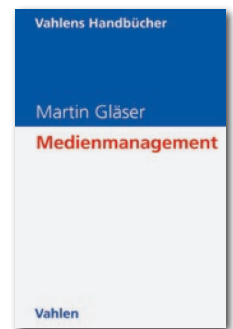


Eduard Schönstedt

Der Buchverlag

Metzler. 2. Aufl. XIV, 282 S., Kart. ISBN 978-3-476-01691-1 € 24,90

Geschichte, Aufbau, Wirtschaftsprinzipien, Kalkulation und Marketing – eine umfassende Einführung in den Wirtschaftsbetrieb »Verlag«.



Gläser / Friedrichsen

Medienmanagement

Vahlen. 2008. 1080 S., Geb. ISBN 978-3-8006-2988-6 € 48,-

Umfassende, kompakte und sehr gut verständliche Einführung in alle Themenfelder des Managements von Medien-Unternehmen. Klar strukturiert – mit vielen anschaulichen Grafiken und umfangreichem Stichwortverzeichnis.

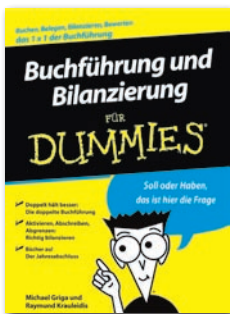
... für Dummies



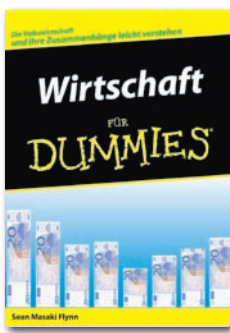
Matthias Wermke
Neue deutsche Rechtschreibung für Dummies
 Wiley-VCH. 1. Aufl. 2007. 452 Seiten, Softcover
 ISBN 978-3-527-70351-7 € 16,95
 Auf einmal werden Ihnen die neuen Regeln klar: Dr. Matthias Wermke, der Leiter der Dudenredaktion, verbindet die Kompetenz des Duden mit dem lockeren Stil der Dummies. Auch dabei: ein Wörterbuch mit 47.000 Stichwörtern.



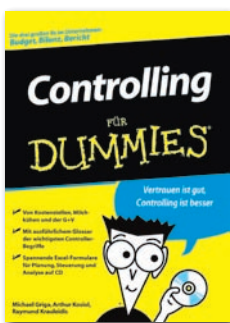
Malcolm Kushner
Erfolgreich Reden halten für Dummies
 Wiley-VCH. 1. Aufl. 2006. 268 Seiten, Softcover
 ISBN 978-3-527-70333-3 € 14,95
 Eine Rede halten – das ist den Meisten ein Graus, aber manchmal muss es eben sein. »Erfolgreich Reden halten für Dummies« erklärt, wie Sie eine Rede gestalten, das Lampenfieber überwinden und die Möglichkeiten der modernen Medien für sich nutzen.



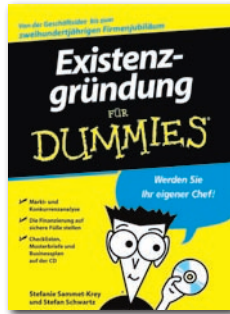
Griga / Krauleidis
Buchführung und Bilanzierung für Dummies
 Wiley-VCH. 1. Aufl. 2007. 429 Seiten, Softcover
 ISBN 978-3-527-70287-9 € 24,95
 Was bedeutet »buchen«? Wie erstellt man eine Bilanz? Dieses Buch behandelt diese Fragen nicht trocken und theoretisch, sondern gut lesbar und mit vielen anschaulichen Beispielen.



Sean Masaki Flynn
Wirtschaft für Dummies
 Wiley-VCH. 1. Aufl. 2005. 393 Seiten, Softcover
 ISBN 978-3-527-70213-8 € 24,95
 Angebot und Nachfrage, Rezession und Inflation – was sich hinter diesen Begriffen eigentlich verbirgt, was man unter Makroökonomie und Mikroökonomie versteht, das finden Sie – in verständlichem Deutsch – in diesem Buch.



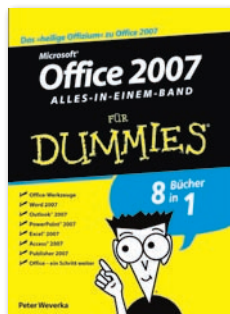
Michael Griga u.a.
Controlling für Dummies
 Wiley-VCH. 1. Aufl. 2005. 352 Seiten, Softcover
 ISBN 978-3-527-70153-7 € 24,95
 Überwacher, Erbsenzähler und Geizkragen? Dieses Buch zeigt, dass das Controlling gar nicht so geheimnisvoll ist, wie es manche Controller gerne erscheinen lassen. Mit gesundem Menschenverstand lässt sich einfach nachvollziehen, was ein Controller macht.



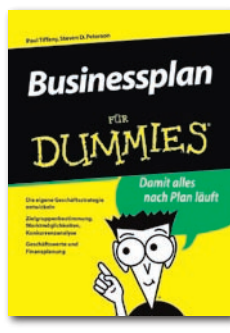
Sammet / Schwartz
Existenzgründung für Dummies
 Wiley-VCH. 1. Aufl. 2007. 351 Seiten, Softcover
 ISBN 978-3-527-70341-8 € 19,95
 Von der Geschäftsidee über das Erstellen eines Businessplans und die Finanzierung bis hin zur Geschäftsgründung – dieses Buch gibt allen, die sich selbstständig machen möchten, jede Menge konkrete Tipps.



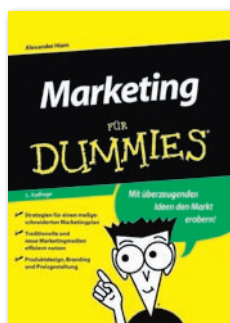
Andrea Schimbena
Erfolgreich bewerben für Dummies
 Wiley-VCH. 1. Aufl. 2007. 409 Seiten, Softcover
 ISBN 978-3-527-70325-8 € 16,95
 Die richtige Bewerbungsstrategie steigert die Erfolgchancen für den neuen Job erheblich. Andrea Schimbena gibt Tipps und Tricks zu Bewerbung, Vorstellungsgespräch, Assessment Center & Co.



Peter Werker
Office 2007 für Dummies
Alles-in-einem-Band
 Wiley-VCH. 1. Aufl. 2007. 825 Seiten, Softcover
 ISBN 978-3-527-70274-9 € 29,95
 Bei jeder neuer Software gibt es Fragen, Probleme und Fallstricke. Dieses Buch hilft, die Gefahren zu erkennen, zu umgehen und so besser die Möglichkeiten von MS Office 2007 nutzen zu können.



Tiffany / Peterson
Businessplan für Dummies
 Wiley-VCH. 3., überarb. Aufl. 2005. 422 Seiten, Softcover
 ISBN 978-3-527-70178-0 € 24,95
 Mit diesem verständlichen und freundlichen Ratgeber werden Sie sich schon bald im Dschungel der Marktmöglichkeiten, Konkurrenzanalysen und Verkaufsprognosen zurechtfinden. So macht man einen Businessplan.



Alexander Hiam
Marketing für Dummies
 Wiley-VCH. 3., überarb. Aufl. 2005. 400 Seiten, Softcover
 ISBN 978-3-527-70152-0 € 22,95
 Professionelles Know-how für effizientes Marketing: von der Marktanalyse bis zur Eventplanung! Marketing-Experte Alexander Hiam vermittelt alle Grundlagen, Trends und Strategien für ein erfolgreiches Marketing.

Kompetenz & Training



Daniel Händel u.a.
Schlüsselkompetenzen: Reden - Argumentieren - Überzeugen
 Metzler. 2007. VIII, 179 S., 12 farb. Abb., 2-farb., Kart.
 ISBN 978-3-476-02165-6 € 12,95
 Referat, Präsentation, Rede – mit einem gelungenen Vortrag kommt man immer gut an. Dieses Buch bietet wichtige Tipps und Übungen.

Marketing & Kommunikation



Zentes / Swoboda
Grundbegriffe des Marketing
 Schäffer-Poeschel. 5., akt., überarb. u. erweit. Aufl.
 XI, 659 S., Kart.
 ISBN 978-3-7910-1958-1 € 29,95
 Das Taschenwörterbuch definiert wesentliche Stichworte des Marketing, geht vertiefend auf spezielle Sachverhalte ein und verschafft einen aktuellen Überblick über sämtliche Bereiche des Marketing.



Werbe- und Marketingplaner 2008
ratgeber marketing-praxis
 Schäffer-Poeschel.
 X, 441 S., Kart.
 ISBN 978-3-7910-2701-2 € 39,95
 Ein Muss für alle Werber: Werbeträger und Kommunikationsinstrumente, Preise, Medien und Reichweiten. Dazu Grundlagen der Mediaplanung sowie Hinweise zur Gestaltung und zur Werbewirkung, Checklisten, Kontaktadressen und Terminen.

Personal & Recht



Thorsten Knobbe
Arbeitszeugnisse mit CD-ROM
 Haufe. 3. Aufl. 2007. 308 S., Buch mit CD-ROM
 ISBN 978-3-448-08170-1 € 24,80
 1.000 Textbausteine und 150 Tätigkeitsbeschreibungen für gut formulierte und rechtssichere Arbeitszeugnisse. Aktuell: Arbeitszeugnisse diskriminierungsfrei gestalten – nach dem neuen Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz.



Arbeitsgesetze: ArbG
 Beck im dtv. 72. Aufl. 2008. XLII, 817 S., Kart.
 Beck im dtv 5006
 ISBN 978-3-406-57517-4 € 7,-
 Neuester Stand: Januar 2008. Mit den wichtigsten Bestimmungen zum Arbeitsverhältnis, Kündigungsrecht, Arbeitsschutzrecht, Berufsbildungsrecht, Tarifrecht, Betriebsverfassungsrecht, Mitbestimmungsrecht, Verfahrensrecht.



Andrea Frank u.a.
Schlüsselkompetenzen: Schreiben in Studium und Beruf
Schreiben in Studium und Beruf
Metzler, 2007.
IX, 208 S., Abb., 2-farb., Kart.
ISBN 978-3-476-02166-3
€ 12,95
Ob Referat, Protokoll, Mitschrift, Praktikumsbericht, Thesenpapier oder Rezension: Gutes Schreiben ist erlernbar mit diesem Ratgeber für gelungene, flüssige, überzeugende Texte.



Harald Schmidt
Buchführungs-training
Haufe, 8. Aufl. 2007.
389 S., Buch mit CD-ROM
ISBN 978-3-448-07958-6
€ 34,80
Zahlreiche Trainingseinheiten – von leicht bis anspruchsvoll – bringen Sicherheit bei der täglichen Buchführung. Gleichzeitig führt das Buch Schritt für Schritt in die Feinheiten von Buchhaltung und Jahresabschluss ein.



Helmut Geyer
Praxiswissen BWL
Haufe, 1. Aufl. 2007.
624 S., Buch mit CD-ROM
ISBN 978-3-448-07479-6
€ 39,80
Crashkurs für Führungskräfte und Quereinsteiger in kompakter, verständlicher und praxisnaher Form. Einzigartig: Für jeden Themenbereich stehen Ihnen direkt einsetzbare Arbeitshilfen auf CD-ROM zur Verfügung.



Dannenberg u.a.
Handbuch Werbeplanung
Schäffer-Poeschel.
XII, 299 S., Geb.
ISBN 978-3-7910-2126-3
€ 49,95
Wie kann man das Verhältnis zwischen Werbeaufwand und Werberesponse optimieren und dabei insbesondere die Möglichkeiten des Internets sinnvoll nutzen? Die Autoren erläutern, wie man die unterschiedlichen Werbemedien nach ihrer Effizienz beurteilen kann.



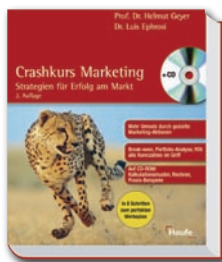
Back / Beutler
Handbuch Briefing
Schäffer-Poeschel, 2., überarb. und akt. Aufl.
X, 326 S., Geb.
ISBN 978-3-7910-2487-5
€ 39,95
Werkzeugkasten für das Briefing. Die 2. Auflage des praxiserprobten Handbuchs ist erweitert um die Themen: Evaluation und Bewertung, Investitionspolitik, Budget- und Kostenplanung. Unerslässlich für die effektive Kommunikation.



Germl / Lauer
Das kleine Marketing-Lexikon
Schäffer-Poeschel, 3., akt. grundleg. überarb. Aufl.
488 S., zahlr. Schaub., Tab., Geb.
ISBN 978-3-87881-183-1
€ 29,95
Marketing in über 1.600 Stichwörtern. Die Palette der Begriffe reicht von den Sachgebieten Verkauf, Vertrieb über Werbung und Internet bis zu Marketingstrategien, Marktforschung und Wettbewerbsrecht.



Reinhard Bleiber
Werbung und PR mit kleinem Budget
Haufe, 1. Aufl. 2007.
Buch mit CD-ROM
ISBN 978-3-448-08022-3
€ 16,80
Unentbehrlich für kleinere Unternehmen und kleinere Erats: Dieser Ratgeber mit CD-ROM zeigt Ihnen, wie Sie mit einem kleinen Budget überzeugende PR- und Werbearbeit betreiben können.



Geyer / Ephrosi
Crashkurs Marketing
Haufe, 2. Aufl. 2005.
Buch mit CD-ROM
ISBN 978-3-448-06588-6
€ 16,80
Kunden gewinnen und pflegen, Produktnutzen optimal kommunizieren, erfolgreiche Absatzwege finden, werben: Mit diesem Buch finden Sie den richtigen Marketing-Mix für Ihre Produkte und Dienstleistungen. Mit vielen Umsetzungshilfen auf CD-ROM.

Neu im April 2008:
Hörbuch-College
Alles Wichtige über diesen hoch interessanten neuen Markt
Produktion | Präsentation | Programme | Marktentwicklung | Marketing
Außerdem: Hörbuch-Tipps für die Weiterbildung
Vorabinformation auf www.buchmarkt-college.de

Mehr Rechtswissen



Gewerblicher Rechtsschutz, Wettbewerbsrecht, Urheberrecht
C. H. Beck, 33. Aufl. 2007.
Rd. 3380 S., im Ordner
ISBN 978-3-406-45350-2
€ 88,-
Alle maßgeblichen Vorschriften aus den Bereichen Gewerblicher Rechtsschutz, Wettbewerbsrecht und Urheberrecht auf mehr als 3000 Seiten. Dazu: Die relevanten internationalen und europarechtlichen Normen.



Franzen / Wallenfels / Russ
Preisbindungsgesetz
C. H. Beck, 5. Aufl. 2006.
XIX, 236 S., Kart.
ISBN 978-3-406-49588-1
€ 20,-
Seit dem Jahre 2002 regelt in Deutschland das Buchpreisbindungsgesetz (BuchPrG) die Preisbindung für Bücher und ähnliche Verlagszeugnisse. Die neue Auflage enthält die Neuregelungen von Juli 2006.



Hefermehl / Köhler / Bornkamm
Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
C. H. Beck, 26., neu bearb. Aufl. 2008, XXIV, 1719 S., Ln.
ISBN 978-3-406-56731-5
€ 132,-
Seit dem In-Kraft-Treten des neuen UWG sind bereits zahlreiche Entscheidungen des BGH sowie unzählige instanzgerichtliche Urteile ergangen.



Wettbewerbsrecht und Kartellrecht
Becktexte dtv, 28. Neubearb. Aufl. 2008, Rd. 500 S., Becktexte dtv 5009
ca. € 9,-
Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Preisangabenverordnung, Markengesetz, Markenverordnung, Gemeinschaftsmarkenverordnung, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkung sowie die wichtigsten wettbewerbsrechtl. internat. Übereinkommen und Vorschriften der EU.



Carl Creifelds
Rechtswörterbuch
C. H. Beck, 19. Aufl. 2007.
XVIII, 1480 S., Ln.
ISBN 978-3-406-55392-9
€ 44,-
Mehr als 12.000 Rechtsbegriff aus allen Gebieten erläutert dieser Klassiker knapp und präzise. Er ermöglicht damit Juristen wie Nichtjuristen eine rasche Orientierung bei der Klärung täglicher Rechtsfragen.



Mann / Smid
Pressevertriebsrecht
Otto Schmidt, 2008.
199 S., Lexikonformat, Geb.
ISBN 978-3-504-67102-0
€ 49,80
Übersichtlich und praxisorientiert – die erste Monographie ausschließlich zu den rechtlichen Aspekten des Pressevertriebs: Grundlagen, Preisbindung, wettbewerbsrechtliche Rahmenbedingungen, Vertriebswege und -regeln, u.v.m.