Bücherei für Industrie und Handel

Soeben erschien:

Band I

Psychologie des Betriebes

Von

Dr. E. Lysinski

Dozent an der Handelshochschule Mannheim

Mit zahlreichen Abbildungen und Kurven

Grundzahl geheftet 7.20, in Halbleinen gebunden 8.50
Gr.-8°. 303 Seiten

Die Bestrebungen des letzten Jahrzehnts, die moderne Psychologie in den Dienst praktischer Aufgaben des Betriebslebens zu stellen, gewinnen ständig an Bedeutung für Gewerbe und Industrie, Handel und Verkehr. Weder der Wissenschaftler noch der Praktiker kann heute achtlos an ihnen vorübergehen.

Das vorliegende Werk kommt daher einem dringenden Bedürfnis entgegen. Es führt in die Aufgaben, Verfahren und Hauptergebnisse der Betriebspsychologie ein und gibt einen Überblick über den gegenwärtigen Stand der Forschung. In 32 Kapiteln wird das bisher in der Fachliteratur verstreute und nur schwer zugängliche Material zusammengetragen, durch eigene Untersuchung ergänzt und zu einem System ausgebaut. Das Werk bildet so eine erste zusammenfassende und systematische Darstellung des Gegenstandes.

Die Darstellung ist bei aller Gründlichkeit leicht verständlich. Eine große Zahl von Abbildungen vermitteln auch dem Nichtfachmann ein anschauliches Bild der neuen Verfahren.

Das Werk ist gleich wichtig für den Wissenschaftler, wie für den Praktiker. Dem Wissenschaftler, sei er nun Psychologe oder Betriebswirtschaftler, bietet sich die Möglichkeit einer gründlichen Orientierung über den derzeitigen Stand der Betriebspsychologie. Dem Praktiker: dem Betriebsleiter, Organisator, Ingenieur, Techniker, Reklamefachmann usw. weist er:

neue Wege zur Gewinnsteigerung durch Leistungssteigerung und Absatzsteigerung!

Wir liefern bar mit 33⅓% und 9/8. Je 2 Probeexpl. m. 50%

Abnehmer sind: Alle modern geleit[illegible] sondere Maschinenfabriken, Versa[illegible] und Kaufhäuser, sowohl Geschäftsle[illegible] Ferner moderne Wissenschaftler un[illegible] triebsleiter, Ingenieure, Organisato[illegible] männische Bibliotheken, industrielle

Industrieverlag Spaeth & Linde / Berlin C 2

In Kürze erscheint:

Band II

Reklame

Von

H. Behrmann

Mit zahlreichen Abbildungen und Beilagen

Grundzahl etwa 12.–
Gr.-8°. 280 Seiten

Reklame macht heute jeder Geschäftsmann, machen noch viele andere Leute, die sich dessen kaum bewußt sind. Jeder, der seinem Unternehmen, seinen Leistungen, seiner Person einen Ruf erringen und erhalten will, muß dafür werben — Reklame machen.

Für den Gebrauch in der Praxis geschrieben, gibt dieses neue hervorragende Werk keine bloße Zusammenstellung praktischer Ratschläge, sondern weist überall auf die Zusammenhänge zwischen der Wirtschaft des Einzelnen mit der Gesamtwirtschaft hin.

Das Werk gibt daher allen, die mit Reklame irgendwie zu tun haben, reiche Anregungen; jeder wird für seine besonderen Bedürfnisse etwas darin finden.

Die einzelnen Werbemittel wie Anzeige, Plakat, Drucksache, Film, behandelt es als Teile einer wohldurchdachten Gesamtarbeit. Mit eingehenden Betrachtungen über die Helfer der Reklame, die Presse, das Druckverfahren, die Kunst, die Handhabung des Wortes, geht es wesentlich über das hinaus, was sonst in Reklamehandbüchern geboten wird. Seine Ausführungen sind überall vom Willen zur Sachlichkeit, zur Qualität, zur geschäftlichen und menschlichen Vornehmheit durchdrungen.

Ein Buch, das seinen Besitzern viele Millionen erspart!

[illegible]nen in Industrie und Handel, insbe-
[illegible]te, Verkehrsgesellschaften, Waren-
[illegible]uch vorwärtsstrebende Angestellte.
[illegible]ende der Betriebswissenschaft, Be-
[illegible]mefachmänner, industrielle u. kauf-
[illegible]ufmännische Vereine und Verbände.

Wir bitten u. fällige Verwendung. Be-
stllg. direkt erbet.

Industrieverlag Spaeth & Linde / Berlin C 2

SLUB
Wir führen Wissen.