

PUBLIKATIONSLISTE VON PROF. DR. THOMAS HEILAND

Stand: Juli 2013

Publikationen

Heiland, T., Krause, S.: Employer und Behavioral Branding im Kontext des Fachkräftemangels - Markenidentität als zukunftsweisendes Konzept intelligenter Personalakquisition. In: Dietrichsdorfer Schriften der Fachhochschule Kiel. Hrsg. v. Prof. Dr. Udo Beer. Tagungsband Heinrich-Freese-Seminare 2008 - 2010, Books on Demand GmbH: Januar 2011. S. 48 – 78, Norderstedt Kiel.

Heiland, T., Krause, S.: Strategic and Operational Marketing in the Automobile Sector with a Specific Focus on Personal Competencies: An Analysis of the Audi Brand. In: Creativity, Competence and the International Dimension: Business Education, Business and Knowledge Transfer in a Changing World. Hrsg. v. Sabine Hotho, Erhard Juerke. Abertay University Press The University of Abertay Dundee, April 2009. S. 227 – 238.

Heiland, T., Mayland, B.: Managing Variety on the Internet - Strategic Competitive Advantage in the Automotive Industry. In: ImpEct - International Management Papers European Contributions. Hrsg. v. Dr. Werner Müller-Pelzer. Ausgabe Nr. 1, Dortmund Institute for European and International Business, November 2005.

Heiland, T., Otte, S.: Variantenmanagement im Internet - Strategischer Wettbewerbsvorteil in der Automobilindustrie. In: Zeitschrift für Automobilwirtschaft (ZfAW). Hrsg. v. Prof. Dr. Wolfgang Meinig. 8. Jahrgang, Heft Nr. 2/2005, FAW-Verlag Bamberg, April 2005. S. 6 – 10.

Heiland, T., Liptak, L.: Der Car Configurator als innovatives Element im E-Business. In: Zeitschrift für Automobilwirtschaft (ZfAW). Hrsg. v. Prof. Dr. Wolfgang Meinig. 6. Jahrgang, Heft Nr. 3/2003, FAW-Verlag Bamberg, August 2003. S. 59 – 63.

Heiland, T.: Marketing und Wettbewerb im deutschen Hochschulsystem - Eine empirische und implikationenorientierte Analyse. Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Birger P. Priddat. In: Deutscher Universitäts-Verlag: Wirtschaftswissenschaften Diss. - 1. Aufl. - Wiesbaden, September 2001. S. 459.

Heiland, T., Hülsmann, P., Kamenz, U.: Internet-Studie Wirtschaftswissenschaftliche Fakultäten 2000. In: ProfNet Internet-Branchenstudie. Hrsg. v. Prof. Dr. Uwe Kamenz. ProfNet Institut für Internet-Marketing, Februar 2000.

Heiland, T., Reuter, M., Richter, D.: Probleme und Lösungsvorschläge für ein Webdesign an Hochschulen - Reflektierte Vernetzungen. In: ProfNet Institut für Internet-Marketing, Februar 2000.

Heiland, T.: Virtueller TÜV prüft Autohändler. In: Außenspiegel, Partner-Information der Car-Garantie Versicherungs-Aktiengesellschaft Ausgabe 4/99, 8. Jahrgang, Car-Garantie AG, Freiburg i. Br., Dezember 1999. S. 3 f..

Heiland, T.: Nach Zielgruppen ordnen. In: 6 Tipps zum Strukturwandel im Kfz-Gewerbe Handwerk-Magazin, Das Wirtschafts-Magazin für den Mittelstand 12/99, Bad Wörishofen: Holzmann Verlag, Dezember 1999. S. 42.

Heiland, T., Diez, W.: Das Internet auf dem Prüfstand. In: Virtueller TÜV prüft markengebundene Händlerbetriebe kfz-betrieb 11/99, Würzburg: Vogel Verlag, November 1999. S. 56 – 59.

PUBLIKATIONSLISTE VON PROF. DR. THOMAS HEILAND

Stand: Juli 2013

Heiland, T.: GW Online: Konzeption einer Datenbank. In: GW-Info-Letter 01/99, 3. Jahrgang (HONDA Deutschland GmbH), Offenbach/Main, Januar 1999.

Heiland, T., Hülsmann, P., Kamenz, U.: Internet-Studie Hochschulen 1998. In: ProfNet Praxis-Studien zum Internet. Hrsg. v. Prof. Dr. Uwe Kamenz, ProfNet Institut für Internet-Marketing, Dortmund, Oktober 1998.

Heiland, T.: Der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP) als Instrument zur Reformierung und utilitaristischen Praxisorientierung deutscher Hochschulen. In: Zeitschrift des Doktorandennetzwerkes THESIS 32, Erlangen, September 1998. S. 12 – 14.

Heiland, T.: Internet-Marketing deutscher Hochschulen. In: FAWi Rundschreiben 1+2/98 – September 1998 Zeitschrift der Freunde und Absolventen des Fachbereichs Wirtschaft der Fachhochschule Dortmund e.V., Dortmund, September, 1998. S. 19 – 22.

Heiland, T.: Hochschul-Marketing im Netz. In: Transferbrief 2/98, Transferstelle der Universität Dortmund, AG Transferbrief Technologieregion Dortmund – Kreis Unna – Hamm, Universität Dortmund, Juli 1998.

Heiland, T.: GW Online: Erfolg und Misserfolg von GW-Internetbörsen. In: GW-Info-Letter 04/98, 2. Jahrgang, HONDA Deutschland GmbH, Offenbach/Main, April 1998.

Heiland, T., Kamenz, U., Lipperheide, M.: Internet-Studie EDV-Handel & Dienstleistungen 1998. In: ProfNet Praxis Studien zum Internet, Prof. Dr. Uwe Kamenz. Fachhochschule Dortmund, März 1998.

Heiland, T., Kamenz, U., Lipperheide, M.: Internet-Studie EDV-Software 1998. In: ProfNet Praxis-Studien zum Internet, Prof. Dr. Uwe Kamenz. Fachhochschule Dortmund, März 1998.

Heiland, T.: GW Online: GW im Internet. In: GW-Info-Letter 04/97, 1. Jahrgang, HONDA Deutschland GmbH, Offenbach/Main, November 1997.

Heiland, T., Hoyer, T., Kamenz, U.: Internet-Studie Buchverlage 1997. In: ProfNet Praxis-Studien zum Internet, Prof. Dr. Uwe Kamenz. Fachhochschule Dortmund, Oktober 1997.

Heiland, T., Hülsmann, P., Kamenz, U.: Internet-Studie Automobilbranche 1997. In: ProfNet Praxis Studien zum Internet, Prof. Dr. Uwe Kamenz. Fachhochschule Dortmund, September 1997.

Heiland, T.: GW-Aufbereitung: Das Auge kauft mit. In: GW-Info-Letter 02/97, 1. Jahrgang, HONDA Deutschland GmbH, Offenbach/Main, April 1997.

Heiland, T.: Die Ausschließlichkeitsbindung bei Original-Ersatzteilen im Kfz-Handel - dargestellt am Beispiel eines großen ausländischen Automobilkonzerns. In: Schriften zur Automobilwirtschaft, Band 2, Prof. Dr. Kamenz und Prof. D. Peren, Münster: Lit-Verlag. Januar 1996.

Heiland, T.: Verwendung von Nicht-Original-Ersatzteilen in Vertragswerkstätten. In: Wirtschaft im Revier, 51. Jahrgang, Industrie- und Handelskammer zu Bochum, Bochum, Juni 1995.