

Publikationen

Name / Titel	Prof. Dr. phil. Michael Nagel, MBA
<p>Bücher</p>	
<p>Teuber, S., Nagel, M. & Mieke, C. (2021). Personal und Organisation. Die wichtigsten Methoden. München: UVK.</p>	
<p>Nagel, M., Mieke, C. & Teuber, S. (2020). Methodenhandbuch der Betriebswirtschaft (2. Aufl.). München: UVK.</p>	
<p>Mieke, C. & Nagel, M. (2017). Produktion und Logistik. Die wichtigsten Methoden (2. Aufl.). Konstanz: UVK.</p>	
<p>Mieke, C. & Nagel, M. (2017). Innovationsmanagement. Die wichtigsten Methoden (2. Aufl.). Konstanz: UVK.</p>	
<p>Nagel, M. & Mieke, C. (2017). Strategie. Die wichtigsten Methoden (2. Aufl.). Konstanz: UVK.</p>	
<p>Nagel, M. & Mieke, C. (2017). Marketing und Vertrieb. Die wichtigsten Methoden (2. Aufl.). Konstanz: UVK.</p>	
<p>Mieke, C. & Nagel, M. (2015). Methoden für Produktion und Logistik. Konstanz: UVK.</p>	
<p>Mieke, C. & Nagel, M. (2015). Methoden zum Innovationsmanagement. Konstanz: UVK.</p>	
<p>Nagel, M. & Mieke, C. (2015). Strategiemethoden. Konstanz: UVK.</p>	
<p>Nagel, M. & Mieke, C. (2014). Marketing- und Vertriebsmethoden. Konstanz: UVK.</p>	
<p>Nagel, M. & Mieke, C. (2014). BWL-Methoden. Handbuch für Studium und Praxis. Stuttgart: UTB.</p>	
<p>Nagel, M. (2008). Growth Management. Ein Ansatz zur Generierung von profitabilem und nachhaltigem Wachstum. Frankfurt am Main: BearingPoint.</p>	
<p>Nagel, M. (2007). Global Market Expansion. Strategien, Methoden und Tools zur Erschließung von Wachstumsmärkten. Frankfurt am Main: BearingPoint.</p>	
<p>Nagel, M., Atzberger, M. & Gerling, M. (2006). Retail Leaders 2006. Der Handel auf dem Weg zur Marke. Düsseldorf: Handelsblatt-Verlag.</p>	
<p>Nagel, M. (2003). Soziale Ungleichheiten im Sport. Aachen: Meyer & Meyer.</p>	
<p>Beiträge in Fachzeitschriften</p>	
<p>Schminder, C., Nagel, M. & Mieke, C. (2022). Sachbezogenes Verhandeln als Methode im Zielbildungsprozess von innovationsorientierten Public Private Partnerships. Ideen- und Innovationsmanagement 48 (2), 72-77.</p>	
<p>Mieke, C. & Nagel, M. (2010). Auswirkungen von Umfeldveränderungen auf die Innovationsfähigkeit von Unternehmen. Empirisch fundierte Empfehlungen zur Sicherung der Innovationskraft. Wissenschaftsmanagement – Zeitschrift für Innovation, 16 (5), 24-28.</p>	
<p>Nagel, M. (2010). Fit für Bologna? Herausforderungen und Chancen einer bildungspolitischen Strukturreform. Innovationsmanager – Magazin für Innovationskultur und nachhaltigen Unternehmenserfolg, (11), 36-37.</p>	

Publikationen

Nagel, M. (2006). Wie erfolgreiche Retail Leader die Zukunft sehen. Absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing, (2), 50-52.

Beiträge in Sammelbänden

Mieke, C., Nagel, M. & Schminder, C. (2011). Einfluss externer Trends auf die Innovationsstärke von Unternehmen. In C. Mieke & S. Behrens (Hrsg.), Umfeldorientiertes Wertschöpfungsmanagement (S. 125-136). Berlin: Logos.

Nagel, M. (2009). Leading across cultures. In J. Rothlauf (Hrsg.), 14th International Baltic Sea Forum: A Global View on Intercultural Management (S. 35-56). Stralsund: Baltic Media.

Nagel, M. (2007). Aktuelle geschäftliche Herausforderungen am Beispiel des Retail Business. In F. M. Hein, Elektronische Unternehmenskommunikation. Konzepte und Best Practices zu Kultur und Führung (S. 38-42). Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.

Braun, S. & Nagel, M. (2005). Zwischen Solidargemeinschaft und Dienstleistungsorganisation. Mitgliedschaft, Engagement und Partizipation im Sportverein. In T. Alkemeyer, B. Rigauer & G. Sobiech (Hrsg.), Organisationsentwicklungen und De-Institutionalisierungsprozesse im Sport (S. 123-150). Schorndorf: Hofmann.

Nagel, M. (2005). Die geschlechertypische Ordnung des Sports. Sport- und Sportvereinsengagements von Jungen und Mädchen in vergleichender Perspektive. In U. Burrmann (Hrsg.), Sport im Kontext von Freizeitengagements Jugendlicher. Aus dem Brandenburgischen Längsschnitt 1998-2002 (S. 187-206). Köln: Sport und Buch Strauß.

Baur, J., Braun, S., Burrmann, U. & Nagel, M. (2003). Wer macht die Vereinspolitik in Sportvereinen? In J. Baur & S. Braun (Hrsg.), Integrationsleistungen von Sportvereinen als Freiwilligenorganisationen (S. 268-302). Aachen: Meyer & Meyer.

Baur, J., Burrmann, U. & Nagel, M. (2003). Mitgliedschaftsbeziehungen in Sportvereinen. In J. Baur & S. Braun (Hrsg.), Integrationsleistungen von Sportvereinen als Freiwilligenorganisationen (S. 159-190). Aachen: Meyer & Meyer.

Baur, J., Burrmann, U. & Nagel, M. (2003). Solidargemeinschaftliche Kleinvereine? Zum Einfluss vereinsstruktureller Merkmale auf Mitgliederbindung, vereinspolitische Partizipation und freiwilliges Engagement. In J. Baur & S. Braun (Hrsg.), Integrationsleistungen von Sportvereinen als Freiwilligenorganisationen (S. 303-330). Aachen: Meyer & Meyer.

Braun, S. & Nagel, M. (2003). Soziales Kapital und die assoziative Lebenswelt in Deutschland. Soziale und politische Orientierungen von Mitgliedern freiwilliger Vereinigungen in vergleichender Perspektive. In J. Baur & S. Braun (Hrsg.), Integrationsleistungen von Sportvereinen als Freiwilligenorganisationen (S. 517-546). Aachen: Meyer & Meyer.

Nagel, M. (2003). Die Mitglieder- und die Bevölkerungserhebung 2001: zur Anlage der empirischen Untersuchung. In J. Baur & S. Braun (Hrsg.), Integrationsleistungen von Sportvereinen als Freiwilligenorganisationen (S. 35-40). Aachen: Meyer & Meyer.

Nagel, M. (2003). Die soziale Ordnung freiwilliger Vereinigungen. Ein Vergleich von Sportvereinen und ausgewählten Freiwilligenorganisationen auf sozialstruktureller Grundlage. In J. Baur & S. Braun (Hrsg.), Integrationsleistungen von Sportvereinen als Freiwilligenorganisationen (S. 464-486). Aachen: Meyer & Meyer.

Nagel, M. (2003). Die soziale Zusammensetzung der Sportvereinsmitglieder. In J. Baur & S. Braun (Hrsg.), Integrationsleistungen von Sportvereinen als Freiwilligenorganisationen (S. 409-448). Aachen: Meyer & Meyer.

Publikationen

Nagel, M. (2003). Sportvereine im Spannungsfeld zwischen sozialer Offenheit und sozialer Geschlossenheit. In J. Baur & S. Braun (Hrsg.), Integrationsleistungen von Sportvereinen als Freiwilligenorganisationen (S. 449-463). Aachen: Meyer & Meyer.

Nagel, M. & Nagel, S. (2001). Social background and top-performance sports. In J. Mester, G. King, H. Strüder, E. Tsolakidis & A. Osterburg (Eds.), Perspectives and Profiles. Book of abstracts of the 6th annual congress of the European College of Sport Science – 15th congress of the German Society of Sport Science (p. 430). Köln: Sport und Buch Strauß.

Nagel, M. (1999). Studienfachbezogene Gesichtspunkte. In H. Gabler (Hrsg.), Die Universität Tübingen aus der Sicht ihrer Studierenden (S. 25-51). Tübingen: Uni-Druck.

Beiträge im Internet

Nagel, M. (2009). Der Zugang zum Sport. In LSV Baden-Württemberg (Hrsg.), Schlag nach beim LSV: www.lsvbw.de

Berichte & Besprechungen

Nagel, M. (2003). Sportliche Benachteiligung der Mädchen in Ostdeutschland. Jugend-Engagement im Ost-West-Vergleich. DSB-Presse, (12), 5-11.

Müller, H., Nagel, M. & Nagel, S. (2000). Dimensionen und Visionen des Sports: Evaluation – Profilbildung – Globalisierung. 14. Sportwissenschaftlicher Hochschultag vom 27. bis 29. September 1999 in Heidelberg. Sportwissenschaft, 30, 103-108.

Nagel, M. (2000). Sportsoziologen zu Chancen und Problemen des Spitzensports. NOK-Report, (6), 13-14.

Nagel, M. (2000). Spitzensport – zwischen soziologischer Analyse und Beratung. NOK-Report, (8), 20-22.