

Joachim Stoll

Wirtschaftswissen- schaftliche Zeitschriften der USA

Analyse und Klassifizierung

Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Dr. h.c. Rudolf Gümbel

DeutscherUniversitätsVerlag

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Problemstellung	1
1.2	Gang der Untersuchung	3
2	Die Bewertung von Fachzeitschriften in der US-amerikanischen wirtschaftswissenschaftlichen Literatur	7
2.1	Vorarbeiten, Hintergründe und Auswirkungen	7
2.1.1	Vorarbeiten der Soziologen und Historiker	7
2.1.2	Die Auswirkungen der Zeitschriftenbewertung auf Universitäten, Professuren und Professoren	13
2.2	Die Befragung als Datenerhebungsmethode für die Bewertung von Zeitschriften	20
2.2.1	Economics-Zeitschriften	20
2.2.2	Business- und Marketing-Zeitschriften	26
2.3	Analyse der Zitate als Methode der Zeitschriftenbewertung (1): Economics-Zeitschriften	34
2.3.1	Erste Objektivierungsversuche der Zeitschriftenbewertung	34
2.3.2	Detaillierte Zitatensanalysen von Economics-Zeitschriften	36
2.3.3	Bewertung der Zeitschriften nach ihrer Kommunikations- und Informationsfunktion	42
2.4	Analyse der Zitate als Methode der Zeitschriftenbewertung (2): Marketing-Zeitschriften	48
2.4.1	Die ersten Anwendungen auf den Marketing-Bereich	48
2.4.2	Ein loglineares Modell und Anwendung der MDS	53
2.5	Vergleich der Ergebnisse und Kritik	59
2.5.1	Zusammenfassung	59
2.5.2	Evolution der Zeitschriften	61
2.5.3	Kritik	64
3	Analyse handelsrelevanter Zeitschriften in den USA	67
3.1	Datenerhebung	67
3.1.1	Datenbasis: Erhebung und Ergänzungen	67
3.1.2	Kriterien der Klassifikation	69
3.2	Ergebnis der Zeitschriftenuntersuchung	72
3.2.1	Qualifizierte Zeitschriftenübersicht	72
3.2.2	Zeitschriftenklassifikation	87
3.3	Kritik	91

4	Untersuchung der führenden US-amerikanischen Fachzeitschrift zur Handelsbetriebslehre	95
4.1	Ist das <i>Journal of Retailing</i> die führende Zeitschrift im Bereich Retailing?	95
4.1.1	Übersicht der Fachzeitschriften mit dem Schwerpunkt <i>Retailing</i>	95
4.1.2	Die Stellung der Marketing-Fachzeitschriften als Organ der amerikanischen Handelsbetriebslehre	100
4.1.3	Fazit	102
4.2	Darstellung des <i>Journal of Retailing</i>	103
4.2.1	Grundlegende Eigenschaften	103
4.2.2	Internationale Kontakte und internationaler Informationsfluß	104
4.2.3	Ergebnisse der Zeitschriften-Untersuchungen in der Literatur	107
5	Themen der Handelsbetriebslehre in Zeitschriften der USA und der BRD in den neunziger Jahren	113
5.1	Erstellung eines Themenprofils der Beiträge des <i>Journal of Retailing</i>	113
5.1.1	Vorgehensweise der Untersuchung	113
5.1.2	Darstellung, Klassifizierung und Analyse der Themen des <i>Journal of Retailing</i>	119
5.2	Erstellung eines Themenprofils der deutschsprachigen Fachzeitschriften zur Handelsbetriebslehre	137
5.2.1	Vorgehensweise der Untersuchung	137
5.2.2	Klassifizierung und kurze Darstellung der Beiträge des Jahrbuchs <i>Handelsforschung</i>	140
5.3	Vergleich der Themenprofile	143
5.3.1	Überblick	143
5.3.2	Vergleich der Themengebiete	146
5.3.3	Kritik	164
6	Schlußwort	167
	Literaturverzeichnis	177
	Anhang	187