



Vok Dams
ATELIERHAUS

Kommunikation/ Management/ Design

+ Matthias Horx

Das Buch des Wandels – Wie Menschen Zukunft gestalten

Pantheon Verlag

2011

+ Birgit Gebhardt

2037 – Unser Alltag in der Zukunft

Körper-Stiftung

2011

+ Dennis Lotter, Jerome Braun

Der CSR-Manager – Unternehmensverantwortung in der Praxis

ALTOP Verlag

2010

+ Dr. Sylvia Lott

Vom Umgang mit chinesischen Geschäftsleuten

DIHK Verlag

2008

+ Joachim Beck

***In 90 Tagen auf die Straße – Kompendium für erfolgreiches
Markteinführungsmanagement***

Books4success Verlag

2007

+ Cristián Gálvez

Du bist was du zeigst! – Erfolg durch Selbstinszenierung

Knaur Verlag

2007

+ Wolf W. Lasko, Peter Busch

Strategie, Umsetzung, Profit

Gabler Verlag

2007

+ Reinhard K. Sprenger

Vertrauen führt – Worauf es im Unternehmen wirklich ankommt

Campus Verlag

2007

+ Wolf von Schimmelmann, Günter Franke

Finanzplatz Deutschland – Neue Wege für das Bankensystem

Frankfurter Allgemeine Buch

2006

+ Egbert Deekeling, Olaf Arndt

CEO – Kommunikation – Strategien für Spitzenmanager

Campus Verlag

2006

+ Hans-Peter Förster

Texten wie ein Profi

Frankfurter Allgemeine Buch

2006

+ Peter Hunger

Werbe – und Marketingplaner
Medien, Reichweiten, Preise

Verlagsgruppe Handelsblatt
2005

+ Paul Arden

Es kommt nicht darauf an, wer du bist, sondern wer du sein willst

Phaidon Verlag
2005

+ Tom Peters

Re-imagine – Spitzenleistungen in chaotischen Zeiten

DK Verlag
2004

+ Alex Buck

Designmanagement in der Praxis

Schäfer/Poeschel Verlag
2003

+ Helmut Ebert

Höflichkeit und Respekt in der Unternehmenskommunikation – Wege zu einem professionellen Beziehungsmanagement

Luchterhand Verlag
2003

+ Björn Stüwe

Faszination – Marketing im Wechselbad der Gefühle

Gabler Verlag
2003

+ Dieter Herbst

Das professionelle 1x1 – Public Relations

Cornelsen Verlag

2003

+ Thomas Anderer

Das Phönix-Phänomen

Gabler Verlag

2002

+ Dirk Maxeiner, Michael Miersch

Das Mephisto Prinzip – Warum es besser ist, nicht gut zu sein

Eichborn Verlag

2001

+ Arthur Andersen

Value-Code – Werte schaffen in der Neuen Wirtschaft

Econ Verlag

2001

+ Manfred Piwinger

Die Praxis der Investor Relations: Effiziente Kommunikation zwischen Unternehmen und Kapitalmarkt

Luchterhand Verlag

2001

+ Schönberger, Stilcken

Faszination Marke – Neue Herausforderungen & Markenpflege im digitalen Zeitalter

Luchterhand Verlag

2001

+ Alex Buck, Christoph Herrmann, Frank G. Kurzhals

Markenästhetik 2000 – die führenden Corporate Design Strategien

Verlag Form

2000

+ Andreas Buchholz, Wolfram Wördemann

Der Wachstums-Code für Siegermarken

Econ Verlag

2000

+ Hannes Leopoldseder, Christine Schöpf

Cyber Arts 2000

Springer Verlag

2000

+ Georg Franck

Ökonomie der Aufmerksamkeit

Carl Henser Verlag

1998

+ Bernd Schmitt, Alex Simonson

Marketing-Ästhetik

Strategisches Management von Marken, Identity und Image

Econ Verlag

1998

Edith Stork

Logistik im Büro – Unordnung kostet Geld

Beltz Verlag

1997

+ M. L. Landmesser, J. Sczepan

Zukunft erfolgreich gestalten – Fit für die Herausforderungen von morgen

Hänssler

1997

+ Hermann Simon

Die heimlichen Gewinner

Campus Verlag

1996

+ K. Blanchard, J. P. Carlos, A. Randolph

Management durch Empowerment

Rowohlt Verlag

1996

+ Dieter Lübcke, Raimund Petersen

Business-to-Business-Marketing

Schäfer/Pöschel

1996

+ Peter M. Senge

Die fünfte Disziplin – Kunst und Praxis der lernenden Organisation

Kless-Cotta Verlag

1996

+ Norbert Bolz

Am Ende der Gutenberggalaxis – Die neuen Kommunikationsverhältnisse

Wilhelm Fink Verlag

1995

+ Daniel Bosshart, Norbert Bolz

Kult Marketing – Die neuen Götter des Marktes

Econ Verlag

1995

+ Tom Peters

Jenseits der Hierarchien – Liberation Management

Econ Verlag

1993

+ Rupert Lay

Dialektik für Manager

Wirtschaftsverlag Langen-Müller/ Herbig

1993

+ Dieter Oehms

Electronic Art/ Philips 1993

+ Donella und Dennis Meadows, Jørgen Randers

Die neuen Grenzen des Wachstums

DVA Verlag

1992

+ Reinhardt K. Sprenger

Mythos Motivation – Wege aus einer Sackgasse

Campus Verlag

1991

+ Roman Antonoff

Die Identität des Unternehmens – Ein Wegbegleiter zur Corporate Identity

Frankfurter Zeitung

1987

+ Martin Merkel

Vorbilder – 12 kreative, die das Bild der Werbung bestimmt haben

Siegmund Verlag

1987

+ Akio Morita

Made in Japan – The genius behind Sony

Hestia Verlag

1986

+ Robert Townsend

Organisation ist fast alles...

Droemer Knauer Verlag

1985

+ Peter Krass

Faszination Business – Was Sie von den Legenden der Wirtschaft lernen können

Verlag Moderne Industrie

1985

+ Spencer Johnson, Larry Wilson

Das Minuten Verkaufstalent

Rowohlt Verlag

1985

+ Thomas J. Peters, Robert H. Watermann

Auf der Suche nach Spitzenleistungen – Was man von den bestgeführten US-Unternehmern lernen kann

Verlag Moderne Industrie

1984

+ Lothar Schmidt

Das treffende Zitat zu Politik, Recht und Wirtschaft

Ott Verlag Thun

1984

+ Horst Maeck

Arbeitshandbuch der Lehr – und Trainingstechniken

Verlag Moderne Industrie

1983

+ Hubertus von Schoenebeck

Botschaften des Zuhörens – die Kommunikation von Person zu Person

H. v. Schoenebeck

1980

+ Reinhold Bergler

Vorurteile – erkennen, verstehen, korrigieren

Deutscher Instituts Verlag GmbH

1976

+ Martin Page

Managen wie die Wilden

Econ Verlag

1972

+ Neske, Heuer

Handlexikon: Werbung & Marketing

Hormung Verlag

1970

+ G. Preuß

Meyers Handbuch über die Wirtschaft

Bibliographisches Institut Mannheim

Dudenverlag

1966

+ Conway Lloyd Morgan

Häfelinger + Wagner Design

Erzählende Marken kreieren

Avedition GmbH

N.D.