

Internet Marketing

In the past few years the Internet has gone through several phases, from obscurity through hype, all the way to being a simple fact of life today. Almost as soon as the Internet was privatized, marketers staked their turf and sought to use the medium to further the goals of their firms in various ways. While there are numerous books on the subject of marketing using the Internet, all tend to be practitioner-oriented and focus solely on computer nuts and bolts. Internet Marketing discusses many of those same nuts and bolts, but places them in the context of marketing strategy, consumer behavior, advertising, and the other business topics that make marketing different than computer programming. The printed textbook is really just one-half of the materials for this course--the other half being a companion Web site which is also a critical component. The text and the associated Web site have been designed from the start to complement each other. While some books have supporting Web sites, the site and this book play a nearly-equal role in the case of Internet Marketing. The textbook most efficiently teaches the key concepts and provides a serial narrative on the topic. The interactivity of the Internet, on the other hand, makes it ideal for providing student activities of various sorts such as hypertext cases and homework questions. The Internet is also unsurpassed in its ability to point students to live examples of the main points. The dynamic nature and timeliness of online publishing makes it perfect for producing pointers to current events that relate to class materials.

In den letzten Jahren hat das Internet verschiedene Stationen durchlaufen - von einer gewissen Undurchsichtigkeit am Anfang über einen enormen Medienrummel bis hin zu einem selbstverständlichen Bestandteil unseres täglichen Lebens. Mit der Privatisierung des Internet haben Marketingexperten dieses Medium verstärkt zur Verwirklichung ihrer Unternehmensziele eingesetzt. Es gibt auch zahlreiche Bücher zum Thema Marketing im Internet, doch alle sind anwenderorientiert und konzentrieren sich einzig und allein auf Computerfragen. Dieses Buch von Hofacker ist anders: Es diskutiert zwar auch viele dieser Computergrundlagen, aber jeweils im engen Zusammenhang mit Marketingstrategien, Verbraucherverhalten, Werbung und anderen wichtigen Themen des Marketing. Es bietet eine Einführung ins Internetmarketing, erläutert, wie Sie das Web als Kommunikationsmedium nutzen und eine Webseite gestalten, diskutiert Web Kommunikationsstrategien, Business-to-Business Internet Marketing, Online Verkaufsstrategien, rechtliche und ethische Fragen und enthält darüber hinaus ein Glossar mit allen wichtigen Begriffen.

GET STREET SMART WITH THE WALL STREET JOURNAL! With the purchase of Internet Marketing, students get access to the Interactive Journal for the duration of the course! And a complimentary 10 week subscription to the print edition of the Wall Street Journal. The Wall Street Journal contains articles and activities that put the reader at the cutting-edge of today's marketing world. From award-winning reports about current practices, to a goldmine of resources for research and advice on career development, the Journal offers essential tools for marketing success! Best of all, the Internet Marketing Web site integrates the rich variety of learning and career development opportunities of the Journal with chapter learning activities. For complete details on accessing your Wall Street Journal print and Interactive Journal through the Hofacker Web site, see the Password Registration card enclosed in this book.



220,50 €

206,07 € (zzgl. MwSt.)

Nicht mehr lieferbar

Artikelnummer: 9780471390510

Medium: Buch

ISBN: 978-0-471-39051-0

Verlag: WILEY

Erscheinungstermin: 30.06.2000

Sprache(n): Englisch

Auflage: 3. Auflage 2000

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 321 g

Seiten: 166

Format (B x H): 190 x 235 mm

