

Produktmarketing

Entscheidungsgrundlagen für Produktmanager

Produktinnovationen sind ein wichtiger Schlüssel zum Überleben von Unternehmen. Dieses Buch zeigt dem Leser einen systematischen Weg, wie ein Produkt entwickelt, vermarktet, gepflegt und eliminiert werden kann. Dargestellt wird die Verhaltensanalyse als Grundlage von Produktmarketingentscheidungen sowie Markt-, Produktgestaltungs-, Produktvermarktungs- und Anpassungsanalyse. Das Buch richtet sich an alle, die mit der Entwicklung und Vermarktung von Produkten zu tun haben, vor allem den Produktmanagern in den Unternehmen und den Studenten im Bereich Marketing soll es helfen.

Produktinnovationen sind ein wichtiger Schlüssel zum Überleben von Unternehmen. Dieses Buch zeigt dem Leser einen systematischen Weg, wie ein Produkt entwickelt, vermarktet, gepflegt und eliminiert werden kann. Dargestellt wird die Verhaltensanalyse als Grundlage von Produktmarketingentscheidungen sowie Markt-, Produktgestaltungs-, Produktvermarktungs- und Anpassungsanalyse. Das Buch richtet sich an alle, die mit der Entwicklung und Vermarktung von Produkten zu tun haben, vor allem den Produktmanagern in den Unternehmen und den Studenten im Bereich Marketing soll es helfen.



54,99 €

51,39 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783540671473

Medium: Buch

ISBN: 978-3-540-67147-3

Verlag: J.B. Metzler

Erscheinungstermin: 26.10.2000

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 6., überarbeitete und erweiterte Auflage 2001

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 1066 g

Seiten: 693

Format (B x H): 155 x 235 mm

