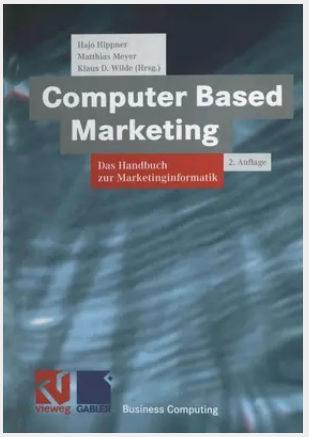
Hippner / Meyer / Wilde

Computer Based Marketing

Das Handbuch zur Marketinginformatik

Ein konsequentes und computergestütztes Marketing entwickelt sich mehr und mehr zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Mit dieser Erkenntnis vermittelt das Standardwerk zur Marketinginformatik in 2. Auflage umfassend und übersichtlich zielführende Informationen. Dazu werden die neuesten Erkenntnisse aus den unterschiedlichsten Teilbereichen der Marketinginformatik anschaulich anhand konkreter Projekte beschrieben und Anwendungspotentiale im Marketing aufgezeigt. Ein "Muss" für jeden innovativ ausgerichteten Entscheidungsträger im Marketing.

Ein konsequentes und computergestütztes Marketing entwickelt sich mehr und mehr zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Mit dieser Erkenntnis vermittelt das Standardwerk zur Marketinginformatik in 2. Auflage umfassend und übersichtlich zielführende Informationen. Dazu werden die neuesten Erkenntnisse aus den unterschiedlichsten Teilbereichen der Marketinginformatik anschaulich anhand konkreter Projekte beschrieben und Anwendungspotentiale im Marketing aufgezeigt. Ein "Muss" für jeden innovativ ausgerichteten Entscheidungsträger im Marketing.



49,99 €
46,72 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783663119975
Medium: Buch
ISBN: 978-3-663-11997-5
Verlag: Vieweg+Teubner Verlag
Erscheinungstermin: 23.08.2014
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 2. Auflage 1999
Serie: XBusiness Computing
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 1280 g
Seiten: 738
Format (B x H): 170 x 244 mm

Kundenservice Verlag Dr. Otto Schmidt KG
Neumannstraße 10, 40235 Düsseldorf | kundenservice@otto-schmidt.de | 0221-93738-997 (Inland)