

Marketing

In vier Schritten zum eigenen Marketingkonzept

Professionelles Marketing ist für jedes Unternehmen ein zentraler Erfolgsfaktor. Verschaffen Sie sich mit dieser grundlegenden Einführung einen Vorsprung aus brandaktuellem Marketing-Wissen. Begeistern Sie Ihre Zielgruppe effektiver und nachhaltiger für Ihre Marke, Ihr Produkt oder Ihr Unternehmen. "Marketing – in vier Schritten zum eigenen Marketingkonzept" behandelt fokussiert und leicht verständlich alle wichtigen Marketinginstrumente. Der Band ist strukturiert aufgebaut, unterhaltsam formuliert und durchgehend farbig gestaltet. Zahlreiche aktuelle Praxisbeispiele, Exkurse und Case Studies verknüpfen Theorie und Praxis auf anschauliche Weise. Ob Einsteiger oder Marketingprofi: Dieses Buch richtet sich an alle, die in Schule, Studium oder Beruf mit Marketing zu tun haben. Es lässt sich im Selbststudium oder als Begleitung zu einem Marketinglehrgang einsetzen. Selbstständig Erwerbenden, Marketingverantwortlichen oder Studierenden dient es als praxisnaher Leitfaden, um erfolgreich ein Marketingkonzept zu entwickeln oder zu überarbeiten.



49,90 €

46,64 € (zzgl. MwSt.)

Nicht mehr lieferbar

Artikelnummer: 9783728137142

Medium: Buch

ISBN: 978-3-7281-3714-2

Verlag: Vdf Hochschulverlag AG

Erscheinungstermin: 31.10.2015

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 3., überarbeitete Auflage
2016

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 699 g

Seiten: 344

Format (B x H): 172 x 236 mm

