

Marketing

Theorie und Praxis

Marketing ist allgegenwärtig! Es begegnet Ihnen im Supermarkt, in Onlineshops und in sozialen Medien. Doch was steckt konkret hinter dem Marketing und wie gestalten Unternehmen es erfolgreich? Auf diese und weitere Fragen geht das Buch im Detail ein. Zu Beginn vermittelt es Grundlagen zum Konsumentenverhalten, zum Kaufprozess und zur persönlichen Kaufentscheidung. Vor diesem Hintergrund erläutert es Ziele und Maßnahmen der strategischen Marketingplanung. Darauf aufbauend präsentiert es Aspekte einer operativen Marketingplanung und diskutiert die Marken-, Produkt-, Distributions-, Kommunikations- sowie Preispolitik ausführlich. Marketingprofis geben Einblicke in die Praxis. Ein Best-Practice-Beispiel macht das Gelernte schnell (be)greifbar.

Marketing ist allgegenwärtig! • Marketingprofis geben Einblicke in die Praxis • Best-Practice-Beispiele unterstützen das Verstehen • mit Foliensatz für die Hochschullehre
Was steckt hinter dem Marketing und wie gestalten Unternehmen es erfolgreich? Zu Beginn vermittelt dieses Lehrbuch Grundlagen zum Konsumentenverhalten, zum Kaufprozess und zur persönlichen Kaufentscheidung. Vor diesem Hintergrund erläutert es Ziele und Maßnahmen der strategischen Marketingplanung. Aspekte einer operativen Marketingplanung werden präsentiert und die einzelnen Bereiche wie Marken-, Produkt-, Distributions-, Kommunikations- sowie Preispolitik ausführlich diskutiert.



26,90 €

25,14 € (zzgl. MwSt.)

Nicht mehr lieferbar

Artikelnummer: 9783825249908

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8252-4990-8

Verlag: UTB

Erscheinungstermin: 26.03.2018

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2018

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 452 g

Seiten: 230

Format (B x H): 170 x 240 mm

