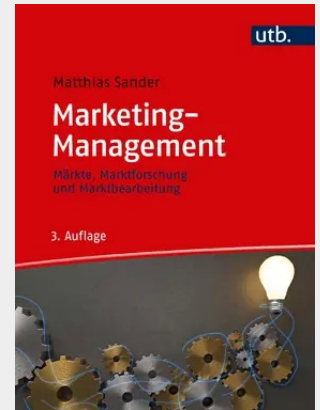


Sander

Marketing-Management

Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

In diesem Buch stellt der Autor nicht nur die Grundlagen des Marketings in den Fokus. Er geht zudem im Detail auf das Käuferverhalten sowie die Marktforschung und das Anfertigen von Marktprognosen ein. Darüber hinaus stellt er ausführlich die Teilfunktionen des Marketing-Managements vor – von der strategischen Planung und der Planung des Marketing-Instrumente-Einsatzes über die Implementierung bis hin zum Controlling, der Organisation und dem Human Resource Management im Marketing. Das Buch zeichnet sich durch eine entscheidungsorientierte Darstellung aus und ist somit im Studium ein hilfreiches Lehrbuch und in der Praxis ein wertvolles Nachschlagewerk. Die Neuauflage wurde komplett überarbeitet und um die Themen Neuromarketing und Yield-Management erweitert.



59,00 €

55,14 € (zzgl. MwSt.)

*vorbestellbar, Erscheinungstermin ca.
Oktober 2019*

Artikelnummer: 9783825287641

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8252-8764-1

Verlag: UTB

Erscheinungstermin: 07.10.2019

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 3. Auflage / Nachdruck
geplant für 13.03.2023

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 2410 g

Seiten: 951

Format (B x H): 196 x 266 mm

