

Marketing

Prozess- und praxisorientierte Grundlagen

Das etablierte Lehrbuch vermittelt wesentliche Grundlagen des konzeptionellen Marketings praxisorientiert, klar strukturiert und leicht verständlich. Es legt besonderen Fokus auf das klassische Konsumgütermarketing. Das Buch beginnt mit den grundlegenden Konzepten des Marketings, einschließlich der Entwicklung der Marketingtheorie und -praxis. Es behandelt auch Begriffe zur Marketinganalyse, die eine detaillierte Untersuchung der Umwelt, des Marktes und des Unternehmens als Basis für Marketingkonzepte umfasst. Von der Festlegung von Zielen und Strategien bis hin zum klassischen Marketing-Mix, der konkrete Maßnahmen in den Bereichen Produkt, Preis, Distribution und Kommunikation umfasst, und schließlich der Marketingkontrolle, werden alle verschiedenen Ebenen des Marketingprozesses in der Marketingplanung zusammengeführt. In der 6. Auflage wurden ausgewählte Marken aktualisiert und moderne digitale Kommunikationsformen ergänzt.

Cover



34,95 €

32,66 € (zzgl. MwSt.)

*vorbestellbar, Erscheinungstermin ca.
März 2025*

Artikelnummer: 9783111338514

Medium: Buch

ISBN: 978-3-11-133851-4

Verlag: De Gruyter

Erscheinungstermin: 17.03.2025

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 6. Auflage 2025

Serie: De Gruyter Studium

Produktform: Kartoniert

Seiten: 430

Format (B x H): 170 x 240 mm

