

Voeth

Gruppengütermarketing

Unter Gruppengütermarketing versteht man Vermarktungsprozesse, bei denen der Nutzen für die Käufer davon abhängt, in welchem Maße andere Käufer vorhanden sind, also Leistungen an Nachfragergruppen vermarktet werden (z.B. Kommunikationssysteme, Einkaufskooperationen, Powershopping-Anbieter). Im Augenblick ist eine stark wachsende Bedeutung des Gruppengütermarketing festzustellen. Das Lehrbuch liefert eine fundierte Einführung in diesen immer mehr an Bedeutung gewinnenden Teilbereich des Marketing und erläutert ausführlich die Anforderungen an eine Marketing-Konzeption für Gruppengüter, die verschiedenen Typen des Gruppengütermarketing sowie deren Strategien und Instrumente. Für Dozenten und Studierende der Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing an Universitäten, Fachhochschulen und Akademien.



29,00 €

27,10 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783800628605

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8006-2860-5

Verlag: Franz Vahlen

Erscheinungstermin: 20.02.2003

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2003

Serie: Vahlens Handbücher der
Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Produktform: Gebunden

Gewicht: 648 g

Seiten: 413

Format (B x H): 151 x 234 mm

