

Scheuch

Marketing

Dieses Standardlehrbuch stellt die Sichtweise, die Systematik sowie theoretische Grundlagen und Problemlösungsprozesse zur Vorbereitung von Marketing-Entscheidungen dar. Es erklärt den umfangreichen Bestand an Fachvokabular und Marketing-Terminologie und erleichtert den Einstieg in vertiefende Spezialliteratur. Besonderes Gewicht legt das Werk auf Spezialgebiete des Marketing, da die Einsatzbedingungen für Marketing-Instrumente von sektoralen Besonderheiten beeinflusst werden; u.a. sind dies Kapitel zum Dienstleistungsmarketing, Handelsmarketing, B2B-Marketing, Internationalen Marketing, High-Tech-Marketing, Regionen-Marketing und Eventmarketing. Das Buch richtet sich an Lehrende und Studierende im Grundstudium und in Bachelor-Studien. Als allgemeine Grundlage ist es für den Einstieg in Masterstudien und in postgradualen Aufbaustudien und Weiterbildungsprogrammen geeignet. Prof. Dr. Fritz Scheuch ist Vorstand des Instituts für Marketing-Management an der Wirtschaftsuniversität Wien. Für Studierende und Dozenten des Marketing, Marketingfachleute.



34,00 €

31,78 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783800633883

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8006-3388-3

Verlag: Franz Vahlen

Erscheinungstermin: 20.12.2006

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 6. verbesserte und ergänzte Auflage 2006

Serie: Vahlens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Produktform: Gebunden

Gewicht: 994 g

Seiten: 660

Format (B x H): 152 x 229 mm

