

Gelbrich, K: Erfolgsfaktoren des Marketing

Prof. Dr. Katja Gelbrich leitet den Lehrstuhl für Internationales Management an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Dr. Stefan Wünschmann ist Head of Group Customer Intelligence bei der Volkswagen AG in Wolfsburg. Prof. em. Dr. Stefan Müller lehrte Marketing an der TU Dresden. „Das kompakte Lehrbuch liefert eine kurze, prägnante und didaktisch geschickte Einführung in das Marketing“ (Erfurter Hefte zum angewandten Marketing) Dieses kompakte Lehrbuch führt in zwölf Kapiteln in Theorie und Praxis des Marketing ein und stellt in leicht verständlicher Form dessen wichtigsten Erfolgsfaktoren vor. Konzipiert ist es für einen einsemestrigen Kurs zur Einführung in das Marketing im Bachelor für Haupt- und Nebenfachstudierende. Die Autoren legen besonderen Wert auf didaktische Qualität: Neben zahlreichen Abbildungen, Randnotizen mit der Erklärung zentraler Begriffe, Beispielen und empirischen Befunden wird das Buch durch ein vertiefendes Glossar ergänzt, das auf vahlen.de zu finden ist. Aus dem Inhalt: - Entwicklungsphasen des Marketing - Strategisches Marketing - Grundlagen und Psychologie des Konsumentenverhaltens - Produkt- und Markenpolitik - Grundlagen und Psychologie der Preispolitik - Grundlagen und Psychologie der Distributionspolitik - Traditionelle und innovative Kommunikationspolitik

Vahlens Kurzlehrbücher

Katja Gelbrich
Stefan Wünschmann
Stefan Müller

Erfolgsfaktoren des Marketing

Vahlen

2. Auflage

19,80 €

18,50 € (zzgl. MwSt.)

Nicht mehr lieferbar

Artikelnummer: 9783800654604

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8006-5460-4

Verlag: Franz Vahlen

Erscheinungstermin: 11.06.2018

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2. vollständig überarbeitete
Auflage 2018

Serie: Vahlens Kurzlehrbücher

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 516 g

Seiten: 274

Format (B x H): 160 x 240 mm

