

Erfolgsfaktoren des Marketing

Marketinginstrumente und Erkenntnisse der Wirtschaftspsychologie

„Das kompakte Lehrbuch liefert eine kurze, prägnante und didaktisch geschickte Einführung in das Marketing“ Erfurter Hefte zum angewandten Marketing Prof. Dr. Katja Gelbrich leitet den Lehrstuhl für Internationales Management an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und war vorher Leiterin des Lehrstuhls für Marketing an der TU Ilmenau. Prof. em. Dr. Stefan Müller lehrte Marketing an der TU Dresden. Katja Gelbrich und Stefan Müller führen in zwölf Kapiteln in Theorie und Praxis des Marketing ein und stellen dessen Erfolgsfaktoren leicht verständlich vor. Konzipiert ist dieses Lehrbuch für einen einsemestrigen Kurs zur Einführung in das Marketing im Bachelor für Haupt- und Nebenfachstudierende. Neben der wachsenden Bedeutung des digitalen Marketing und der Sozialen Medien erfahren die wirtschaftspsychologischen Grundlagen des Marketing besondere Aufmerksamkeit. Die Autoren legen großen Wert auf didaktische Qualität. Neben zahlreichen Abbildungen, Randnotizen mit der Erklärung zentraler Begriffe, Beispielen und empirischen Befunden vertieft ein umfassendes Glossar die Ausführungen. Aus dem Inhalt: - Entwicklungsphasen des Marketing - Strategisches Marketing - Grundlagen und Psychologie des Konsumentenverhaltens - Grundlagen und Psychologie der Produktpolitik - Grundlagen und Psychologie der Preispolitik - Grundlagen und Psychologie der Distributionspolitik - Grundlagen und Psychologie der Kommunikationspolitik



24,90 €

23,27 € (zzgl. MwSt.)

sofort versandfertig, Lieferzeit: 1-3 Werktage

Artikelnummer: 9783800673599

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8006-7359-9

Verlag: Franz Vahlen

Erscheinungstermin: 16.05.2024

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 3., vollständig überarbeitete Auflage 2024

Serie: WiSo-Kurzlehrbücher

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 504 g

Seiten: 265

Format (B x H): 160 x 238 mm

