

Tomczak, T: Marketingplanung

Dieses Lehrbuch führt in verständlicher, systematischer und knapper Form in die Problemfelder der Marketingplanung ein. Sowohl die Marketingplanung auf der Unternehmens- und Geschäftsfeldebene als auch die Planung des Marketing-Mix werden behandelt. Mit Hilfe von zahlreichen kurzen Fallbeispielen werden wesentliche Aspekte des Inhaltes veranschaulicht. Die Autoren haben in der 7. Auflage alle Kapitel überarbeitet und diverse neue Praxisbeispiele aufgenommen. Bei der Markenführung wurden einige Grundlagen ergänzt.

Torsten Tomczak, Alfred Kuß und Sven Reinecke vermitteln in verständlicher und knapper Form einen systematischen Überblick über den idealtypischen Verlauf der Marketingplanung. Leserinnen und Leser erhalten ein übersichtliches Raster, mit dessen Hilfe sie das umfangreiche und komplexe Marketingwissen einordnen und für die strategische Marketingplanung nutzen können. Viele kurze, prägnante Beispiele veranschaulichen die wesentlichen Aspekte des Marketingplanungsprozesses. Neu in der 7. Auflage Die Autoren haben alle Kapitel überarbeitet. Der Schwerpunkt lag neben Aktualisierungen an vielen Stellen bei der Straffung des Inhalts und größerer Übersichtlichkeit der Darstellung. Diverse neue Praxisbeispiele wurden aufgenommen. Der Inhalt - Informationsgrundlagen der Marketingplanung - Marktorientierte Unternehmens- und Geschäftsfeldplanung - Marketing-Mix-Planung - Marketingimplementierung und -controlling Die Autoren Prof. Dr. Torsten Tomczak ist Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung des Marketing an der Universität St. Gallen (HSG) und Direktor der dortigen Forschungsstelle für Customer Insight. Prof. Dr. Alfred Kuß ist Univ.-Professor der Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, an der Freien Universität Berlin. Prof. Dr. Sven Reinecke ist Titularprofessor für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung des Marketing an der Universität St. Gallen (HSG) und geschäftsführender Direktor des dortigen Instituts für Marketing.



34,99 €
32,70 € (zzgl. MwSt.)

Nicht mehr lieferbar

Artikelnummer: 9783834932136
Medium: Buch
ISBN: 978-3-8349-3213-6
Verlag: Springer-Verlag GmbH
Erscheinungstermin: 28.10.2014
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 7., überarbeitete Auflage 2014
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 518 g
Seiten: 293
Format (B x H): 168 x 240 mm

