



Marketing: Grundlagen - Strategien - Instrumente



Download



Online Lesen

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Marketing: Grundlagen - Strategien - Instrumente

Michael Bernecker

Marketing: Grundlagen - Strategien - Instrumente Michael Bernecker

2012 graph. Darst. Marketing; DDC-Notation 658.8 [DDC22ger]; Sachgruppe(n) 650 Management
[Neuwertig und ungelesen, als Geschenk geeignet 650 Management]

 [Download Marketing: Grundlagen - Strategien - Instrumente ...pdf](#)

 [Online lesen Marketing: Grundlagen - Strategien - Instrumente ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Marketing: Grundlagen - Strategien - Instrumente Michael Bernecker

270 Seiten

Kurzbeschreibung

Das Marketing moderner Unternehmen hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Einhellige Meinung ist: Marketing wird immer wichtiger, um erfolgreich am Markt zu bestehen. Die Ausrichtung der unternehmerischen Tätigkeiten an den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden stellt dabei den zentralen Erfolgsfaktor dar.

Sie studieren Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing oder wollen als Berufseinsteiger in diesem Bereich Fachkompetenz aufbauen? Dieses Buch vermittelt Ihnen praxisrelevantes Wissen über den gesamten Marketingprozess hinweg. Lernen Sie die wichtigsten strategischen und operativen Instrumente kennen, die im Arbeitsalltag eines Marketingmanagers unverzichtbar sind. Der Transfer des Gelernten in die Praxis wird Ihnen durch eine Vielzahl von Beispielen und Übungsaufgaben erleichtert. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Der Marketingunternehmer Prof. Dr. Michael Bernecker ist Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Marketing in Köln. Der Marketingexperte forscht, berät und trainiert im Kompetenzfeld Marketing und Vertrieb. Hierzu tritt er auch als Referent regelmäßig auf Kongressen und Messen auf. Prolog. Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Rechteinhaber. Alle Rechte vorbehalten.

„Marketing ist tot!“ war eine Schlagzeile aus einem Interview mit Kevin Roberts, dem CEO der Werbeagenturgruppe Saatchi & Saatchi. Genau zur gleichen Zeit entstanden die finalen Zeilen für dieses Buch. Zu spät? Natürlich nicht! Marketing ist weiterhin eine der faszinierendsten Facetten des Wirtschaftens. In den Hochschulen wählen viele junge Menschen Marketing als Schwerpunktfach mit dem Ziel, in diesem Bereich ihre berufliche Erfüllung zu finden. Die Wertschöpfungsketten besonders erfolgreicher Unternehmen weisen einen kontinuierlich steigenden Anteil von Marketingaktivitäten auf. Gleichzeitig wird kaum ein anderer Bereich in der Betriebswirtschaftslehre so kontrovers diskutiert wie das Marketing. Unabhängig davon, ob der Schwerpunkt der Aktivitäten auf vertrieblichen Aktivitäten, werberischen Maßnahmen oder der Auseinandersetzung mit den Leistungen eines Unternehmens liegt, ein übergreifendes und strukturiertes Basiswissen ist im Marketing unabdingbar.

Im Zeitalter des Lernens mit Google oder des vielzitierten lebensbegleitenden Lernens ist ein strukturiertes Fundament der Fachkompetenz Marketing die Basis für eine sinnvolle Auseinandersetzung mit den aktuellen Trends wie Neuromarketing, E-Commerce oder Social Media Marketing.

Die Struktur des Buches orientiert sich im Wesentlichen an den weltweit üblichen und nahezu standardisierten Vorgehensweisen in Bachelor- und Masterstudiengängen. Ganz bewusst haben wir den Seitenumfang eingegrenzt, da nach unserer Einschätzung ein 1.000-Seiten-Lehrbuch nicht mehr in die heutige Lehr- und Lernpraxis passt. Die Inhalte haben wir kontinuierlich mit Studierenden, Teilnehmern unserer Unternehmensseminare und unseren vielfältigen Kontakten in der Marketingpraxis reflektiert und bezüglich der Anwendbarkeit geprüft. Sicherlich findet jeder sowohl Inhalte, die er in der eigenen Erfahrungswelt bereits angewendet hat, als auch Inhalte, die dort noch nicht aufgetaucht sind. Sie können das Buch von der ersten bis zur letzten Seite lesen oder einzelne Kapitel durcharbeiten: Sie erhalten garantiert zahlreiche Impulse für Ihren Alltag und die praktische Anwendung im Marketing.

Wer sich über die in diesem Buch dargestellten Inhalte hinaus mit dem Marketingumfeld auseinandersetzen möchte, findet auf der begleitenden Webseite www.Marketing-Buch.com und mit Hilfe der zahlreichen Literaturhinweise weitere Informationen.

Ein Fachbuch ist immer das Werk eines ganzen Teams. Stellvertretend für die vielen Unterstützer und

Helfer, möchte ich mich an dieser Stelle besonders beim Team des Deutschen Institut für Marketing bedanken: Frau Dr. Kerstin Bruchmann, Herrn Jonas Gran (Dipl.-Kfm.) und Herrn Carsten Pohlmann (Dipl.-Kfm.) für die inhaltlichen Impulse und Herrn Jonas Gran, Herrn Sebastian Link (Dipl.-Wirt.Ing. (FH), Dipl.-Ing. (FH)) und Frau Monika Heuer (M.A.) für die Realisierung und Finalisierung der ersten sowie der überarbeiteten zweiten Auflage innerhalb des eng gesteckten Zeitplans. Für alle aufgetretenen und bisher unentdeckten Fehler, Ungenauigkeiten und Interpretationsspielräume trage ich als Autor natürlich die alleinige Verantwortung.

Köln, März 2013

Prof. Dr. Michael Bernecker

Download and Read Online Marketing: Grundlagen - Strategien - Instrumente Michael Bernecker

#00AIGU9Q5RM

Lesen Sie Marketing: Grundlagen - Strategien - Instrumente von Michael Bernecker für online
ebookMarketing: Grundlagen - Strategien - Instrumente von Michael Bernecker Kostenlose PDF d0wnl0ad,
Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher
online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek,
greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Marketing: Grundlagen - Strategien -
Instrumente von Michael Bernecker Bücher online zu lesen. Online Marketing: Grundlagen - Strategien -
Instrumente von Michael Bernecker ebook PDF herunterladenMarketing: Grundlagen - Strategien -
Instrumente von Michael Bernecker DocMarketing: Grundlagen - Strategien - Instrumente von Michael
Bernecker MobipocketMarketing: Grundlagen - Strategien - Instrumente von Michael Bernecker EPub