



Springer Gabler

1.
Auflage

1. Aufl. 2016, XXXI, 580 S.
107 Abb.

Gedrucktes Buch

Softcover

Gedrucktes Buch

Softcover

ISBN 978-3-658-06933-9

£ 54,99 | CHF 72,00 | 60,74 € |

66,81 € (A) | 64,99 € (D)

lieferbar

Rabattgruppe

Standard (0)

Produktkategorie

Fachbuch

Betriebswirtschaftslehre : Marketing

Regier, S., Schunk, H., Könecke, T. (Hrsg.), Hochschule Karlsruhe - Technik und Wirtschaft, Karlsruhe

Marken und Medien

Führung von Medienmarken und Markenführung mit neuen und klassischen Medien

• Mit aktuellen Fallstudien

Dieser Herausgeberband bietet einen umfassenden Überblick über Besonderheiten der Markenführung von Medienmarken sowie über zentrale Aspekte der Markenführung mit neuen und klassischen Medien. Neben grundlegenden Managementtechniken betrachten renommierte Autoren aus Wissenschaft und Praxis Herausforderungen, Chancen, Trends und Geschäftsmodelle im Markenmanagement von und mit Medien sowie relevante rechtliche Aspekte. Der Praxisbezug der angestellten Überlegungen wird anhand vieler Beispiele und unterschiedlicher Fallstudien verdeutlicht.

Bestellen Sie online unter springer.com/booksellers

Springer Nature Customer Service Center GmbH

Customer Service

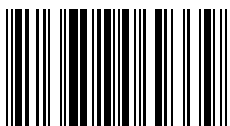
Tiergartenstrasse 15-17

69121 Heidelberg

Germany

T: +49 (0)6221 345-4301

row-booksellers@springernature.com



ISBN 978-3-658-06933-9 / BIC: KJS / SPRINGER NATURE: SC513000

€ (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7 % für Printprodukte bzw. 19 % MwSt. für elektronische Produkte. € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10 % für Printprodukte bzw. 20% MwSt. für elektronische Produkte. Die mit * gekennzeichneten Preise sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten.

Part of **SPRINGER NATURE**