



Springer Gabler

14.
Auflage

14., überarb. Aufl. 2019, XII,
322 S. 78 Abb. Mit Online-
Extras.

Gedrucktes Buch

Softcover

Buch mit Online-Files/Update

Softcover

ISBN 978-3-658-24472-9

£ 22,99 | CHF 30,00 | 25,22 € |

27,75 € (A) | 26,99 € (D)

lieferbar

Rabattgruppe

Standard (0)

Produktkategorie

Lehrbuch

Betriebswirtschaftslehre : Marketing

Bruhn, Manfred

Marketing

Grundlagen für Studium und Praxis

- **Kompakte und anwendungsorientierte Einführung ins Marketing**
- **Lösen Sie Marketingprobleme endlich schnell & unkompliziert**
- **Perfekte Einführung für den Anfänger**

Lernen Sie mit diesem Buch die Marketing-Grundlagen für Studium und Praxis. Dieses Buch vermittelt die Grundlagen des Marketings und nimmt dabei konsequent Bezug auf die Praxis. Die anwendungsorientierte Darstellung versetzt den Leser in die Lage, Marketingprobleme zu analysieren und eigenständig Problemlösungen zu erarbeiten. In der 14. Auflage wurden alle Kapitel überarbeitet und neue Entwicklungen im Bereich der interaktiven Kommunikationsinstrumente berücksichtigt. Das Marketing-Buch richtet sich an Studierende der BWL und Führungskräfte und Geschäftsführer, die sich um die Optimierung ihrer Marketingmaßnahmen bemühen. Themen des Marketings von allen Seiten beleuchtet. Der Autor bemüht sich um eine vielfältige Betrachtung des Marketings. Er beschäftigt sich unter anderem mit den folgenden Bereichen: · Marketingplanung · Strategisches Marketing · Marketingforschung · Produkt- und Preispolitik · Kommunikations- und Vertriebspolitik · Marketingorganisation · Marketingcontrolling. Für die optimale Prüfungsvorbereitung empfehlen wir Studierenden der Betriebswirtschaft außerdem das Übungsbuch, das zu diesem Buch über das Marketing erschienen ist.

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

