



**Lucco, Andreas/Rüeger, Brian/Fuchs, Rainer/  
Ergenzinger, Rudolf/Thommen, Jean-Paul**

# Marketing

**Konzepte · Instrumente · Aufgaben**

ISBN 978-3-03909-346-5  
5., überarbeitete und aktualisierte Auflage 2017  
223 Seiten  
broschiert  
CHF 44,90 / EUR 44,90

### Zum Buch

Erfolgreiches Marketing zeichnet sich durch konsequente Kundenorientierung aus. Erreicht wird dies, indem Marketingstrategien sowie klassische und digitale Marketinginstrumente kreativ kombiniert und wirkungsvoll umgesetzt werden.

Erfahren Sie mehr zu folgenden Themen:

- Was ist Marketing?
- Wie kommen Unternehmen zu Entscheidungsgrundlagen?
- Welches sind die strategischen Marketingentscheidungen?
- Wie schaffen Unternehmen Wert für den Kunden?
- Wie gewinnen Unternehmen werthaltige Kundenbeziehungen?
- Welche Marketinginstrumente setzen Unternehmen ein?
- Wie werden Aufgaben im Marketing abgestimmt?
- Wie wird Marketing umgesetzt?
- Wie lässt sich der Marketingerfolg messen?

### Die Autoren

Rudolf Ergenzinger, Dr. oec. publ., Professor für Marketing-Management an der Fachhochschule Nordwestschweiz in Brugg/Windisch sowie Oberassistent am Lehrstuhl Marketing der Universität Zürich.

Rainer Fuchs, Dr. sc. techn., Dozent für Marketing an der School of Management and Law der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften in Winterthur und Leiter der Fachstelle Product Management.

Andreas Lucco, Dr. rer. pol., Managing Director der Translation Probst AG und freischaffender Dozent für Marketing an der School of Management and Law der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften in Winterthur.

Brian Rüeger, Dr. oec. publ., Professor für Marketing und Kommunikation an der School of Management and Law der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften in Winterthur sowie Leiter des Instituts für Marketing Management.

Jean-Paul Thommen, Dr. oec. publ., ordentlicher Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Organisation und Personal, an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht (Deutschland) und Titularprofessor an der Universität Zürich.