



Thommen, Jean-Paul

Marketing

Eine umfassende Einführung

ISBN 978-3-03909-104-1
2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2015
204 Seiten
broschiert
CHF 34,90 / EUR 34,90

Zum Buch

Was ist das Geheimnis eines erfolgreichen Marketing-Konzepts? Wie schaffen es Unternehmen, Kunden mit Produkten und Services zu begeistern? Mit welchen Marketing-Instrumenten werden die Kundenbeziehungen gepflegt? Nur wer die Methoden und Instrumente des Marketing-Managements kennt, kann diese Fragen beantworten und fundierte Entscheidungen treffen.

Inhaltsübersicht

- Kapitel 1: Grundlagen
- Kapitel 2: Marktforschung
- Kapitel 3: Produktpolitik
- Kapitel 4: Distributionspolitik
- Kapitel 5: Konditionenpolitik
- Kapitel 6: Kommunikationspolitik
- Kapitel 7: Online-Marketing (von Thomas Elmiger)
- Kapitel 8: Marketing-Mix

Der Autor

Jean-Paul Thommen, Dr. oec. publ., ist ordentlicher Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Organisation und Personal, an der European Business School Schloss Reichartshausen (Deutschland) und Titularprofessor an der Universität Zürich. Er ist Autor verschiedener Standardwerke der Betriebswirtschaft.

Alle Bücher aus der Reihe



Wirtschaft, Unternehmen, Management



Marketing



Material- und Produktionsmanagement



Unternehmensfinanzierung



Investitionsrechnung und Unternehmensbewertung



Personalmanagement



Organisation und organisatorischer Wandel



Management