



Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung



Download



Online Lesen

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

Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung

Christian Homburg

Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung Christian
Homburg

 [Download Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Ums ...pdf](#)

 [Online lesen Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - U ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung Christian Homburg

1368 Seiten

Kurzbeschreibung

Christian Homburg bietet Marketing-Studierenden und Praktikern einen umfassenden Überblick der Fragestellungen und Inhalte in Marketing und Vertrieb. Zum tiefergehenden Verständnis dieser Inhalte trägt die ausgeprägte theoretische Fundierung des Buches bei. Eine kritische quantitative Orientierung fördert das strukturierte und präzise Durchdenken der aufgezeigten Fragestellungen, wobei auch die Grenzen der Unterstützung von Marketingentscheidungen durch quantitative Modelle aufgezeigt werden. Neben den neuesten Erkenntnissen der Marketingforschung werden insbesondere die umsetzungsbezogenen Aspekte des Marketing dargestellt. **Neu in der 6. Auflage** In der 6. Auflage wurden alle Kapitel vollständig überarbeitet. Dabei wurden neue internationale Forschungsergebnisse, zahlreiche neue Praxisbeispiele sowie aktuelle Entwicklungen in der Kommunikationspolitik, weg von klassischen zu interaktiven Kanälen, integriert. „Das Buch besticht mit Stringenz, sinnvollen Querverweisen und leicht verständlichen Grafiken. Und es ist – trotz des wissenschaftlichen Tiefgangs – gut lesbar. Ausdrücklich steht die Praxistauglichkeit der Marketingkonzepte im Vordergrund. Damit bringt das Buch auch den Marketingprofis in den Unternehmen echten Nutzen.“ *Wirtschaftswoche*

Buchrückseite

Christian Homburg bietet Marketing-Studierenden und Praktikern einen umfassenden Überblick der Fragestellungen und Inhalte in Marketing und Vertrieb. Zum tiefergehenden Verständnis dieser Inhalte trägt die ausgeprägte theoretische Fundierung des Buches bei. Eine kritische quantitative Orientierung fördert das strukturierte und präzise Durchdenken der aufgezeigten Fragestellungen, wobei auch die Grenzen der Unterstützung von Marketingentscheidungen durch quantitative Modelle aufgezeigt werden. Neben den neuesten Erkenntnissen der Marketingforschung werden insbesondere die umsetzungsbezogenen Aspekte des Marketing dargestellt. Aufbau und Inhalt des Buches orientieren sich dabei an den sieben Perspektiven des Marketing: 1. Theoretische Perspektive, 2. Informationsbezogene Perspektive, 3. Strategische Perspektive, 4. Instrumentelle Perspektive, 5. Institutionelle Perspektive, 6. Implementationsbezogene Perspektive, 7. Führungsbezogene Perspektive. **Neu in der 6. Auflage** In der 6. Auflage wurden alle Kapitel vollständig überarbeitet. Dabei wurden neue internationale Forschungsergebnisse, zahlreiche neue Praxisbeispiele sowie aktuelle Entwicklungen in der Kommunikationspolitik, weg von klassischen zu interaktiven Kanälen, integriert.

„Das Buch besticht mit Stringenz, sinnvollen Querverweisen und leicht verständlichen Grafiken. Und es ist – trotz des wissenschaftlichen Tiefgangs – gut lesbar. Ausdrücklich steht die Praxistauglichkeit der Marketingkonzepte im Vordergrund. Damit bringt das Buch auch den Marketingprofis in den Unternehmen echten Nutzen.“

Der Autor Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg ist Inhaber des Lehrstuhls für Business-to-Business Marketing, Sales & Pricing und Direktor des Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) an der Universität Mannheim. Außerdem ist er Vorsitzender des wissenschaftlichen Beirats von Homburg & Partner, einer international tätigen Managementberatung. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg ist Inhaber des Lehrstuhls für Business-to-Business Marketing, Sales & Pricing und Direktor des Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) an der Universität Mannheim. Außerdem ist er Vorsitzender des wissenschaftlichen Beirats von Homburg & Partner, einer international tätigen Managementberatung.

Download and Read Online Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung Christian Homburg #4AHG5DIVNX3

Lesen Sie Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung von Christian Homburg für online ebookMarketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung von Christian Homburg 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 Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung von Christian Homburg Bücher online zu lesen. Online Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung von Christian Homburg ebook PDF herunterladenMarketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung von Christian Homburg DocMarketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung von Christian Homburg MobipocketMarketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung von Christian Homburg EPub