

1. Record Nr.	UNINA9910483361003321
Autore	Rennhak Carsten
Titolo	Marketing: Grundlagen [[electronic resource] /] / von Carsten Rennhak, Marc Oliver Opresnik
Pubbl/distr/stampa	Berlin, Heidelberg : , : Springer Berlin Heidelberg : , : Imprint : Springer Gabler, , 2016
ISBN	3-662-45809-8
Edizione	[1st ed. 2016.]
Descrizione fisica	1 online resource (IX, 158 S. 30 Abb. in Farbe.)
Collana	Studienwissen kompakt, , 2363-9539
Disciplina	658.8
Soggetti	Marketing Market research Management Market Research/Competitive Intelligence
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph
Nota di contenuto	Vorwort -- 1. Grundlagen -- 2. Konsumentenverhalten -- 3. Marktsegmentierung -- 4. Marktforschung -- 5. Produktpolitik -- 6. Preispolitik -- 7. Kommunikationspolitik -- 8. Distributionspolitik -- Literatur- und Stichwortverzeichnis -- Über die Autoren.
Sommario/riassunto	Dieses Lehrbuch gibt einen kompakten und verständlichen Überblick über die Grundlagen des Marketing. Kurze Lerneinheiten, übersichtliche didaktische Module sowie die begleitende Lernkontrolle sorgen für eine nachhaltige Wissensvermittlung. Es richtet sich damit an alle, die sich mit Fragen des Marketing im Rahmen ihrer Aus- und Weiterbildung (auch im Nebenfach) sowie ihrer beruflichen Praxis auseinandersetzen. „Ein sehr gut lesbares, überaus anschaulich geschriebenes und sehr praxisorientiertes Grundlagenwerk, welches nicht nur für Studierende wertvoll ist, sondern gleichzeitig auch für Praktiker, welche sich kompakt mit dem neuesten Stand des Marketing auseinandersetzen.“ Prof. Dr. Tobias Schütz, ESB Business School Reutlingen „Das Buch zählt zur Pflichtliteratur im Bereich Marketing und eignet sich sowohl für Studierende als auch für Praktiker zum Nachschlagen und Auffrischen.“ Frank Heimbüchel, Global Category Manager Retail Network, Shell Deutschland Oil GmbH Die Autoren Prof. Dr. Carsten Rennhak ist Professor für PR und Marketing an der Universität der Bundeswehr in

München und Visiting Professor an mehreren internationalen Hochschulen. Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik ist Professor für BWL, insbesondere Marketing an der Luebeck University of Applied Sciences. Darüber hinaus ist er Mitglied des Direktoriums beim SGMI Management Institut St. Gallen und Gastprofessor an diversen internationalen Hochschulen.
