

| | |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr. | UNINA9910483509803321 |
| Autore | Spindler Gerd-Inno |
| Titolo | Basiswissen Marketing : Quick Guide für (Quer-) Einsteiger, Jobwechsler, Selbstständige, Auszubildende und Studierende // von Gerd-Inno Spindler |
| Pubbl/distr/stampa | Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2016 |
| ISBN | 3-658-12380-X |
| Edizione | [1st ed. 2016.] |
| Descrizione fisica | 1 online resource (XI, 214 S. 208 Abb. in Farbe.) |
| Disciplina | 658.8 |
| Soggetti | Marketing |
| Lingua di pubblicazione | Tedesco |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| Nota di bibliografia | Includes bibliographical references at the end of each chapters and index. |
| Nota di contenuto | Marketing als Prozess -- Strategisches Marketing -- Kaufverhalten und Kaufentscheidung -- Marktforschung -- Relationship-Marketing -- Die 4 Instrumente des Marketing-Mix -- Reibungspunkte im Marketing-Alltag -- Wichtige gesetzliche Regelungen. |
| Sommario/riassunto | Dieser Quick Guide liefert kompaktes Grundlagenwissen über Marketinginstrumente, Marketingstrategien und die wichtigsten Kommunikationstools – auf den Punkt aufbereitet. Die entscheidenden Aufgabenbereiche des Marketing werden griffig erklärt und mithilfe von einprägsamen Beispielen erläutert: Aufbau einer Marketingorganisation, Märkte und Marketingziele, Kaufverhalten, Kaufentscheidungsprozesse sowie Absatz-, Wachstums- und Kommunikationsstrategien. Die Schaubilder geben einen schnellen Überblick, und praxisnahe Übungsaufgaben inklusive Musterlösungen bieten dem Leser die Möglichkeit, seinen Lernfortschritt direkt zu überprüfen. Ideal auch für die Vorbereitung auf Klausuren und Prüfungen! Ob Studierender, Auszubildender, Quereinsteiger, Berufsanfänger, Jobwechsler, Selbstständiger oder Start-up-Unternehmer: Dieser „Spickzettel“ bietet schnelle Orientierung für alle, die sich Marketingwissen in kurzer Zeit aneignen wollen. Der Inhalt <Strategisches Marketing Kaufverhalten und Kaufentscheidung Marktforschung Relationship-Marketing Die vier Instrumente des Marketing-Mix Reibungspunkte im Marketing-Alltag |

Wichtige gesetzliche Regelungen Irrationales Verbraucherverhalten
Querdenken im Marketing Der Autor Gerd-Inno Spindler,
Diplomkaufmann, hat viele Jahre Erfahrung als Geschäftsführer, ist
selbstständiger Berater, Dozent für Marketing und
Betriebswirtschaftslehre und gefragter Referent auf Marketing- und
Strategiekonferenzen. Sein Buch „Querdenken im Marketing“ ist 2016 in
der 2. Auflage bei Springer Gabler erschienen.
