

1. Record Nr.	UNISA996202443803316
Titolo	2008 IEEE International Symposium on Parallel and Distributed Processing
Pubbl/distr/stampa	[Place of publication not identified], : I E E E, 2008
ISBN	1-5090-8180-1 1-4244-1694-9
Descrizione fisica	1 online resource
Disciplina	004.35
Soggetti	Parallel processing (Electronic computers) Electronic data processing - Distributed processing
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph

2. Record Nr.	UNINA9910484262603321
Autore	Munzinger Uwe
Titolo	11 Irrtümer über Marken : So gelingen Markenaufbau und Markenführung / / von Uwe Munzinger
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2016
ISBN	3-658-01505-5
Edizione	[1st ed. 2016.]
Descrizione fisica	1 online resource (XXI, 166 S. 1 Abb. in Farbe.)
Disciplina	658.8
Soggetti	Marketing Management Business Management science Business and Management, general
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Markengrundlagen -- Markenaufbau -- Markenwirkung -- Markenerfolg -- Marken im digitalen Zeitalter.
Sommario/riassunto	Dieses Buch nennt schonungslos elf populäre Irrtümer über Markenaufbau und -führung, zeigt gefährliche und teure Fallstricke und gibt praxiserprobte Tipps für einen gelungenen Markenauftritt. Marken faszinieren und inspirieren Menschen, sie schaffen Orientierung und Präferenzen in einem immer komplexeren Umfeld von Produkten und Dienstleistungen. Marken kreieren Wert und sind für viele Unternehmen ein entscheidender Bestandteil der Wertschöpfungskette. Sie haben heute eine zentrale betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Bedeutung. Uwe Munzinger zeigt, dass alle diese positiven Aspekte von Marken für Unternehmen nur nutzbar sind, wenn sie im Alltag der Unternehmenspraxis richtig geführt werden. „Uwe Munzinger schärft den Blick dafür, was Marken heute und morgen stark macht und entlarvt überkommene Mythen und vorschnelle Halbwahrheiten.“ Friedrich Neukirch, Vorsitzender der Geschäftsleitung Klosterfrau Deutschland, Vorstand Markenverband e.V., Präsident der G.E.M Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V. Der Inhalt

Markengrundlagen Markenaufbau Markenwirkung Markenerfolg Marken im digitalen Zeitalter Der Autor Uwe Munzinger ist Geschäftsführer der Sasserath Munzinger Plus GmbH, Gesellschaft für umsetzungsorientierte Markenberatung und Markenentwicklung. .
