

1. Record Nr.	UNINA9910563002803321
Autore	Wehrle Friedrich
Titolo	Strategische Marketingplanung in Warenhäusern : Anwendung der Portfolio-Methode / H. Meffert, Friedrich Wehrle
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c1985
Edizione	[2nd, Revised ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (311 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 1
Soggetti	Sales & marketing management
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften
Sommario/riassunto	In der Marketingpraxis und der Marketingwissenschaft sind in den vergangenen Jahren Fragestellungen der strategischen Marketingplanung in den Mittelpunkt des Interesses gerückt. Kenntnisse über Grundbegriffe der strategischen Marketingplanung, Informationssysteme, Aufbau und Systematik von Marketingkonzeptionen, Zielsysteme, Strategieplanungsmethoden, Marketinginstrumentarium sowie Aspekte der organisatorischen Umsetzung gelten als selbstverständliches «Rüstzeug» für jeden Praktiker in Führungspositionen - auch im Handelsbereich. Die primäre Ausrichtung des Handelsmarketing auf kurzfristige Aktivitäten lässt hier eine Lucke zwischen Anspruch und Wirklichkeit entstehen, die der Autor zu schliessen versucht. Die Übertragung erfolgreicher Planungskonzepte, -Methoden und -Hilfsmittel auf die strategischen Marketingprobleme des Handels (am Beispiel der Betriebsform Warenhaus) soll das Problembewusstsein für die strategische Komponente des Handelsmarketing scharfen, Problemlösungsmöglichkeiten aufzeigen und Ansätze für die Umsetzung in die praktische Strategiearbeit im Handel geben.