



**Grundlagen des Marketingmanagements:
Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung
und Unternehmensführung**



Download



Online Lesen

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

Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung

Christian Homburg

Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung Christian Homburg

Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung

Broschiertes Buch

Der Leser erhält eine systematische Einführung in die Denkweisen, Konzepte, Methoden und Instrumente des Marketing. Christian Homburg vermittelt Studierenden und Praktikern in anschaulicher und kompakter Weise die Grundlagen des Marketingmanagements. Aufbau und Inhalt des Buches orientieren sich dabei an den sieben Perspektiven des Marketing.

In der 5. Auflage wurden alle Kapitel vollständig überarbeitet. Dabei wurden neue internationale Forschungsergebnisse, zahlreiche neue Praxisbeispiele sowie aktuelle Entwicklungen der Marketingforschung integriert.

"Dieses Lehrbuch ist [...] eine den speziellen Bedürfnissen des Anfängers angepasste Einführung in das Marketing. Der griffig formulierte Lehrtext, die anschaulichen Grafiken sowie die vielen anwendungsorientierten Rechen- und Praxisbeispiele garantieren effektives Lernen." WISU - Das Wirtschaftsstudium

 [Download Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung i ...pdf](#)

 [Online lesen Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung Christian Homburg

348 Seiten

Kurzbeschreibung

Der Leser erhält eine systematische Einführung in die Denkweisen, Konzepte, Methoden und Instrumente des Marketing. Christian Homburg vermittelt Studierenden und Praktikern in anschaulicher und kompakter Weise die Grundlagen des Marketingmanagements. Aufbau und Inhalt des Buches orientieren sich dabei an den sieben Perspektiven des Marketing.

In der 5. Auflage wurden alle Kapitel vollständig überarbeitet. Dabei wurden neue internationale Forschungsergebnisse, zahlreiche neue Praxisbeispiele sowie aktuelle Entwicklungen der Marketingforschung integriert. „Dieses Lehrbuch ist [...] eine den speziellen Bedürfnissen des Anfängers angepasste Einführung in das Marketing. Der griffig formulierte Lehrtext, die anschaulichen Grafiken sowie die vielen anwendungsorientierten Rechen- und Praxisbeispiele garantieren effektives Lernen.“ WISU - Das WirtschaftsstudiumBuchrückseite

Der Leser erhält eine systematische Einführung in die Denkweisen, Konzepte, Methoden und Instrumente des Marketing. Christian Homburg vermittelt Studierenden und Praktikern in anschaulicher und kompakter Weise die Grundlagen des Marketingmanagements. 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 5. Auflage** In der 5. Auflage wurden alle Kapitel vollständig überarbeitet. Dabei wurden neue internationale Forschungsergebnisse, zahlreiche neue Praxisbeispiele sowie aktuelle Entwicklungen der Marketingforschung integriert. „Dieses Lehrbuch ist [...] eine den speziellen Bedürfnissen des Anfängers angepasste Einführung in das Marketing. Der griffig formulierte Lehrtext, die anschaulichen Grafiken sowie die vielen anwendungsorientierten Rechen- und Praxisbeispiele garantieren effektives Lernen.“ WISU - Das Wirtschaftsstudium((FOTO des Autors)) **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 Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung Christian Homburg #8YMAVQJESCB

Lesen Sie Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung von Christian Homburg für online ebook Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und 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 Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung von Christian Homburg Bücher online zu lesen. Online Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung von Christian Homburg ebook PDF herunterladen Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung von Christian Homburg Doc Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung von Christian Homburg Mobipocket Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung von Christian Homburg EPub