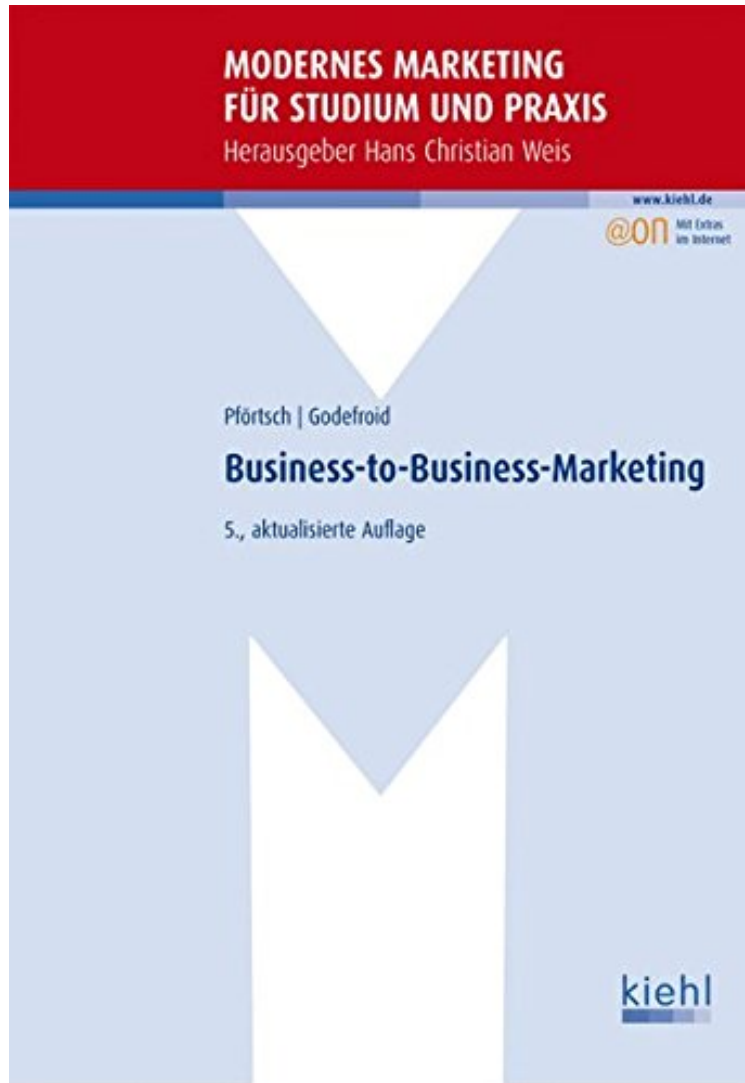


(Read and download) Business-to-Business-Marketing (Modernes Marketing fr Studium und Praxis)

Business-to-Business-Marketing (Modernes Marketing fr Studium und Praxis)

Von Waldemar Pfirtsch, Peter Godefroid
DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #137045 in BcherVerffentlicht am: 2013-04-22Abmessungen: 9.09 x 1.18b x 6.38l, Einband: Taschenbuch498 Seiten | File size: 53.Mb

Von Waldemar Pfirtsch, Peter Godefroid : Business-to-Business-Marketing (Modernes Marketing fr Studium und Praxis) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Business-to-Business-Marketing (Modernes Marketing fr Studium und Praxis):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr gute und leicht verstndliche Grundlage zum EinstiegVon MandalaIch musste eine Hausarbeit ber B2B-Mrkte schreiben und hatte vorher nicht wirklich Ahnung von dem Thema. Das Buch hat mir jedoch sehr geholfen, mir einen

berblick zu verschaffen. Es ist leicht verständlich geschrieben und sinnvoll aufgebaut. Besonders gut gefallen hat mir, dass die wichtigsten Erkenntnisse im Rahmen eines ersten Kapitels grob zusammengefasst werden. So musste ich nicht die kompletten 500 Seiten lesen, um einen Eindruck zu bekommen. Wer tiefer in das Thema einsteigen will, sollte die folgenden Kapitel lesen. Am Ende jedes Kapitels sind Übungen und Kontrollfragen verzeichnet (die Lösungen sind hinten im Buch zu finden). Für Studenten, die eine Klausur zu dem Thema schreiben, ist das Buch sicher sinnvoll. Insgesamt kann ich das Buch als Grundlage nur empfehlen.

Kurzbeschreibung Das Business-to-Business-Marketing weist viele Besonderheiten auf, welche über die allgemeinen Marketing-Grundlagen hinausgehen. Dieses Buch arbeitet die Spezifika des Marketing bei Geschäftsprozessen zwischen Unternehmen klar und anschaulich heraus. Dabei deckt es alle relevanten Felder ab, von Käuferverhalten über Marktforschung, Produkt-, Preis- und Distributionspolitik bis hin zu Vertrieb und Kommunikation. Für die selbstständige Wissenskontrolle insbesondere vor Klausuren und Prüfungen enthält das Buch Kontrollfragen am Ende der Kapitel sowie einen umfangreichen Übungsteil mit Aufgaben und Lösungen. Zahlreiche Schaubilder, Tabellen und Übersichten erleichtern das Verständnis des Stoffes. Zusätzlich können Sie anhand von sechs umfangreichen Fallstudien Ihr Wissen zum Business-to-Business-Marketing direkt anwenden. Die Lösungen zu den Fallstudien werden auch als PDF auf www.kiehl.de zum Download bereitgestellt. Aktualisierte Neuauflage im neuen, 2-farbigem Layout. Aus dem Inhalt: Grundlagen (Nachfrager und Anbieter auf Business-Märkten, Klassifizierung von Geschäftsarten und Märkten, E-Commerce). Käuferverhalten auf Business-Märkten. Marktforschung in Business-Märkten. Strategische Marketing-Planung. Produktpolitik. Markenmanagement. Kontrahierungspolitik. Distributionspolitik. Vertrieb. Kommunikations-Strategien. Internationalisierung. Fallstudien. Übungsteil.