

Prof. Dr. Jochen Becker
Das Marketingkonzept
Zielstrebig zum Markterfolg!

252 Seiten

ISBN: 978-3-423-50806-3
EUR 9,90 [DE]
EUR 10,20 [AT]
ET 1. Juni 1999

Prof. Dr. Jochen Becker

Das Marketingkonzept

Zielstrebig zum Markterfolg!

#ISBN 978-3-406-59330-7# Schicksale von Unternehmen entscheiden sich auf Märkten, auf denen sie scheitern oder aber gewinnen. Unter erschwerten Marktbedingungen (u. a. dynamische Märkte, globaler Wettbewerb, hoher Innovationsdruck, kürzere Produktionszyklen) können Unternehmen nur dann erfolgreich sein, wenn sie schlüssige, ganzheitliche Marketingkonzepte entwickeln und konsequent umsetzen. Diese kompakte Einführung in das Konzeptionelle Marketing zeigt systematisch anhand zahlreicher Fall- und Erfolgsbeispiele, wie Marketingkonzepte für bestehende und neu zu gründende Unternehmen professionell erarbeitet werden können. Im Mittelpunkt stehen dabei die drei zentralen Konzeptionsbausteine eines ganzheitlichen, vollständigen Marketingkonzepts: - Marketingziele - Marketingstrategien - Marketingmix Dieser moderne, management-orientierte Ansatz beruht auf der Einsicht, dass erfolgreiches, nachhaltiges Marketinghandeln abgestimmte Entscheidungen auf allen drei Konzeptebenen voraussetzt. Das heißt, jede operativ-instrumentale Marketingmaßnahme muss vor dem Hintergrund eines ziel-strategischen Grundkonzepts geprüft und getroffen werden. Jetzt im Premium-Format: lesefreundlich und übersichtlich mit allen neuen Entwicklungen zu Marketingzielen, Marketingstrategien, Marketing-Management und Marketingmix (Produkt, Preis, Absatz, Kommunikation). Prof. Dr. Jochen Becker lehrte an der FH Aachen BWL, insbes. Marketing. Er verfügt über langjährige Berufs- und Beratungspraxis. Er wurde bekannt durch das Standardwerk "Marketing-Konzeption" (9. Auflage 2009), mit dem er den Konzeptionellen Ansatz im Marketing begründet hat. Für Studierende des Marketing an Universitäten, Fachhochschulen und Akademien, Existenzgründer, Mitarbeiter in Marketing und Vertrieb.

Autor*in

Prof. Dr. Jochen Becker

Autor*in Prof. Dr. Jochen Becker bei dtv

- Das Marketingkonzept, Taschenbuch, ISBN: 978-3-423-50806-3