



## Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL)

 **Download**

 **Online Lesen**

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

# Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL)

*Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Nigel Piercy*

**Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL)** Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Nigel Piercy

 [Download Grundlagen des Marketing \(Pearson Studium - Econom ...pdf](#)

 [Online lesen Grundlagen des Marketing \(Pearson Studium - Econ ...pdf](#)

**Downloaden und kostenlos lesen Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL)  
Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Nigel Piercy**

---

1024 Seiten

Kurzbeschreibung

**Der Bestseller Grundlagen des Marketing zählt zu den weltweit erfolgreichsten Standardwerken im Marketing. In klarer, verständlicher und stets anschaulicher Sprache bietet der Kotler einen Überblick über die neuesten Entwicklungen im Marketing – und zwar in allen Aspekten.**

---

Auch die sechste Auflage bleibt seinem anerkannten Ansatz treu, einen managementorientierten Zugang zum Marketing zu präsentieren. Zahlreiche deutsche und internationale Beispiele, Marketing-Highlights und Fallstudien illustrieren die Umsetzung theoretischer Konzepte in die Praxis. In stets anschaulicher Sprache bietet der Kotler einen Überblick über die neuesten Entwicklungen im Marketing. In der aktualisierten Auflage wird verstärkt auf den technologischen Fortschritt, die Globalisierung und den Wertewandel in der Gesellschaft samt demografische Veränderungen eingegangen. Hier sind Marketingfachleute mehr denn je gezwungen, Marketingstrategien und -prozesse neu zu überdenken. Kundenzufriedenheit, Qualität, Kundennutzen und Service gewinnen als Teil des Relationship-Marketings verstärkt an Bedeutung. Das Buch richtet sich zum einen an Studenten von Universitäten, Fachhochschulen oder Berufsakademien. Unentbehrlich ist das Buch aber auch für alle, die einen verlässlichen Ratgeber für die tägliche Praxis im Unternehmen benötigen.

---

Vorwort

Teil I Die strategische Dimension des Marketing

Kapitel 1 Die Bedeutung und Aufgaben des Marketing im 21. Jahrhundert

Kapitel 2 Strategisches Marketing

Teil II Märkte und ihre Erforschung

Kapitel 3 Das Umfeld des Marketing

Kapitel 4 Marktforschung

Kapitel 5 Das Kaufverhalten der Konsumenten

Kapitel 6 Märkte für Industriegüter – Besonderheiten des Business-to-Business-Marketing

Teil III Strategische Optionen und Marketing-Mix

Kapitel 7 Marktsegmentierung und Positionierung

Kapitel 8 Produkte, Dienstleistungen und Marken

Kapitel 9 Die Entwicklung neuer Produkte und Produktlebenszyklusstrategien

Kapitel 10 Grundsatzüberlegungen und Einflussgrößen der Preissetzung

Kapitel 11 Strategien der Preispolitik

Kapitel 12 Distribution und Logistik

Kapitel 13 Großhandel und Einzelhandel

Kapitel 14 Integrierte Marketingkommunikation

Kapitel 15 Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Kapitel 16 Persönlicher Verkauf und Verkaufsförderung

Kapitel 17 Direktmarketing und Onlinemarketing

Teil IV Die erweiterte Perspektive des Marketing

Kapitel 18 Konkurrenzanalyse und Wettbewerbsstrategien

Kapitel 19 Die Welt als Marktplatz

Kapitel 20 Marketing und Gesellschaft: Gesellschaftliche Verantwortung und Ethik im Marketing

---

**PHILIP KOTLER** prägt mit seinen Büchern und Publikationen, die Gesamtauflagen in Millionenhöhe erreicht haben, die Disziplin Marketing seit Jahrzehnten entscheidend mit. Er gilt weltweit als einer der führenden Marketing-Experten und lehrt an der Kellogg Graduate School of Management, Northwestern University, Illinois.

**GARY ARMSTRONG** ist Professor für Marketing an der University of North Carolina.

**LLOYD C. HARRIS** ist Professor für Marketing an der Warwick Business School der University of Warwick.

**NIGEL PIERCY** ist Professor für Marketing und Strategie an der Warwick Business School, University of Warwick. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Philip Kotler prägt mit seine Büchern und Publikationen, die Gesamtauflagen in Millionenhöhe erreicht haben, die Disziplin Marketing entscheidend mit. Er gilt international als einer der führenden Marketing-Experten und lehrt an der Kellogg Graduate School of Management, Northwestern University in Evanston, Illinois. Im Verlag Pearson-Studium sind seine weltweit erfolgreichen Lehrbücher "Grundlagen des Marketing" und "Marketing-Management" erschienen.

Download and Read Online Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL) Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Nigel Piercy #VZ5OPSKYH3M

Lesen Sie Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Nigel Piercy für online ebook Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Nigel Piercy 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 Marketing (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Nigel Piercy Bücher online zu lesen. Online Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Nigel Piercy ebook PDF herunterladen Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Nigel Piercy Doc Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Nigel Piercy Mobipocket Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Nigel Piercy EPub