



Ergenzinger, Rudolf/Zenhäusern, Raymond/
Janoschka, Anja/Thommen, Jean-Paul

Marketing

Konzepte, Strategien, Instrumente, Controlling

ISBN 978-3-03909-296-3

1. Auflage 2020

431 Seiten

broschiert

CHF 68.00/EUR 68,00

Zum Buch

Praxisbezogen orientiert sich dieses Buch an den zentralen Herausforderungen einer konsequenten Markt- und Kundenorientierung und berücksichtigt aktuelle Entwicklungen wie beispielsweise den Einfluss der Digitalisierung. Zahlreiche Beispiele und Fallstudien veranschaulichen, wie strategisches und operatives Marketing in der Praxis umgesetzt wird.

Im Vordergrund stehen die wichtigsten Bereiche eines modernen Marketingmanagements:

- Teil I: Marktforschung, Marketinganalyse
- Teil II: Marketingziele, Marketingstrategien, Marketingbudgetierung
- Teil III: Marketingmix
- Teil IV: Marketingcontrolling

Das Buch richtet sich an Bachelor- und Masterstudierende, an Studierende an Höheren Fachschulen sowie aufgrund des hohen Praxisbezugs auch an PraktikerInnen. Die umfassende Darstellung des Marketingmanagements und das detaillierte Stichwortverzeichnis machen es auch zu einem wertvollen Nachschlagewerk.

Die Autoren

Hauptautoren:

- Rudolf Ergenzinger, Dr.oec.publ., Professor für Marketing-Management an der Fachhochschule Nordwestschweiz und Oberassistent am Lehrstuhl Marketing der Universität Zürich.
- Anja Janoschka, Dr.phil., Professorin für Marketing und Kommunikation an der Hochschule Luzern – Wirtschaft, Dozentin an den Universitäten Zürich und Basel.
- Jean-Paul Thommen, Dr.oec.publ., Professor an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht in Wiesbaden (D), Titularprofessor an der Universität Zürich und ständiger Gastprofessor an der University of Zagreb (Kroatien).
- Raymond Zenhäusern, EMBA, Studiengangsleiter und Dozent für integrale Unternehmensführung und Marketing an der Hochschule Luzern Wirtschaft, der Kalaidos Fachhochschule Zürich und der Höheren Fachschule für Marketing und Kommunikation der Handelsschule KV Basel.

Kapitelautoren:

- Matthias Albisser, M.A., wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikation und Marketing der Hochschule Luzern – Wirtschaft.
- Michael Boenigk, Dr.rer.pol., Professor für Kommunikation an der Hochschule Luzern – Wirtschaft.
- André Briw, Dr.rer.pol., Dozent für Markenführung und Marketing an der Hochschule Luzern – Wirtschaft.
- Brigitte Gasser, Dr.phil., Dozentin für Kommunikation und Marketing an der Hochschule Luzern – Wirtschaft.
- Dominik Georgi, Dr.rer.pol., Professor für Marketing am IKM der Hochschule Luzern Wirtschaft, Leiter des Competence Centers Marketing Management.