

MACD - Buchliste Marketing

Marketing 4.0: Der Leitfaden für das Marketing der Zukunft

Gebundene Ausgabe – 7. September 2017

von Philip Kotler (Autor), Hermawan Kartajaya (Autor), Iwan Setiawan (Autor), Petra Pyka (Übersetzer)

Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan

Die neue Dimension des Marketings

Vom Kunden zum Menschen.

Originaltitel: Marketing 3. 0: From Products to Customers to the...

Die Aura des Wertvollen: Produkte entstehen in Unternehmen, Werte im Kopf.

80 Strategien Gebundene Ausgabe – 4. Juni 2014

von Mario Pricken (Autor)

Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien

(Pearson Studium - Economic BWL) Gebundene Ausgabe – 1. Februar 2015

von Philip Kotler (Autor), Prof. Dr. Kevin Lane Keller (Autor), Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik (Autor)

Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten

Gebundene Ausgabe – 11. August 2008

von Michael E. Porter (Autor), Volker Brandt (Übersetzer), Thomas Carl Schwoerer (Übersetzer)

! nicht ganz neu aber immer noch Top

Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele

Gebundene Ausgabe – 12. Oktober 2011

von Heribert Meffert (Autor), Christoph Burmann (Autor), Manfred Kirchgeorg (Autor)

Marketing jenseits vom Mittelmaß: 100 Best-Practice-Beispiele

(Dein Business) Gebundene Ausgabe – 24. Februar 2015

von Jeannine Halene (Autor), Hermann Scherer (Autor)

Domizlaff, Hans: „**Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens.**

Ein Lehrbuch der Markentechnik“, Marketing Journal, Hamburg 1982 - Neuherausgabe eines fundamentalen Klassikers des Marketing und der „Massenpsychologie“, der den pfleglichen Umgang mit empfindlichen Artikelmarken in 22 gut begründete Regeln fasst - und den die meisten Marketing-Manager erstaunlicherweise gar nicht kennen.