

Vom Käufer zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in der Postmoderne (Strategisches Marketingmanagement) (German Edition)



Der iPod und sein größerer Bruder - das iPad - sind nicht nur in aller Munde, sondern beherrschen ihre Märkte tatsächlich. Und das obwohl Konkurrenzprodukte mit gleichen oder ähnlichen Produktfeatures zu gleichen oder günstigeren Preisen verfügbar sind. Gesunder Menschenverstand und ökonomische Theorie ratseln gemeinsam auf der Suche nach den Gründen für den immensen Erfolg der Apple Produkte. Ist es Magie, Marke oder Marketingkommunikation? Wenn die gültige Theorie einen Vorgang nicht erklären kann, braucht man eine neue oder zumindest eine veränderte. Der Autor verwirft daher die Unterscheidung zwischen Produzent und Konsument und erhebt den postmodernen Prosumenten zum gleichberechtigten Partner bei der Schaffung von Mehrwert. Und die Anwendung der dabei erarbeiteten haushaltproduktionstheoretischen Reinterpretation des Integrativ Prozessualen Marketingansatzes zeigt: Zwar sind sich iPod und iPad und ihre Konkurrenzprodukte zuweilen zum Verwechseln ähnlich, aber die Kunden kaufen viel mehr als ein Gadget, das ihnen - anbieterseitig vorgeplant - Nutzen stiftet.

Series Title, Strategisches Marketingmanagement. Series Part/Volume Number, 19. Publication Data. Country of Publication, Germany. Imprint, Peter LangLanguageCode GERMAN. zum Verwechseln ähnlich, aber die Kunden kaufen viel mehr als ein Gadget, das Series Title, Strategisches Marketingmanagement Title: Vom Käufer Zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in Der Postmoderne (Strategisches Please note that first editions are rarely first printings.VOM KAUFER zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in der. in der Postmoderne (Strategisches Marketingmanagement) by Bischof, Tobias Book of books) In individual cases, it can happen that a book deviates from the edition stated. Language: German, Publisher: Peter Lang Gmbh, Internationaler Verlag DerVom Käufer Zum Mitgestalter Konsumentenmarketing In Der Postmoderne Strategisches Marketingmanagement . Inscrivez-vous maintenant pour accéder à desVom Käufer zum Mitgestalter Konsumentenmarketing in der Postmoderne in der Postmoderne (Strategisches Marketingmanagement) (German Edition)29. Apr. 2018 Download free Vom Käufer zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in der Postmoderne (Strategisches Marketingmanagement) (GermanVom Käufer zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in der Postmoderne in der Postmoderne (Strategisches Marketingmanagement) (German Edition).Free download Vom Käufer zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in der Postmoderne (Strategisches Marketingmanagement) (German Edition)Vom Käufer Zum Mitgestalter, Konsumentenmarketing in Der Postmoderne - Tobias in der Postmoderne (Strategisches Marketingmanagement) - libri

usati am: 02.03.2018 11:00:11 Binding: Gebundene Ausgabe, Edition: 1, Label: Lang, authors: Tobias Bischkopf, languages: german, ISBN: 3631613091 Bucher,Vom Kaeufer Zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in Der Postmoderne (Strategisches Marketingmanagement) (German) Hardcover zuweilen zum Verwechseln ahnlich, aber die Kunden kaufen viel mehr als ein Gadget, Lang, Peter, Gmbh, Internationaler Verlag Der Wissenschaften 1 edition (1 Nov.[PDF] Vom Käufer zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in der Postmoderne (Strategisches Marketingmanagement) (German Edition) [PDF] FaithVom Kaeufer Zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in Der Postmoderne. by Tobias Bischkopf (5) Choose Edition (1). See All Editions. 2010 Edition. ISBN11. Jan. 2010 Mitgestalter: Konsumentenmarketing in Der Postmoderne by Tobias Bischkopf in Der Postmoderne has 1 available editions to buy at Alibris. Publication City/Country: VDM Verlag Dr. Muller (March 25, 2008) download: Vom Käufer zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in der Postmoderne (Strategisches Marketingmanagement) (German Edition) 3631613091Series Title, Strategisches Marketingmanagement. Series Part/Volume Number, 19. Publication Data. Country of Publication, Germany. Imprint, Peter Lang40767 Vom Käufer Zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in Der Postmoderne (Strategisches Marketingmanagement) ? Tobias Bischkopf ?????(German)(12409) +?????(Spanish)(2511) +Kindle Edition(28027) +????????(292)