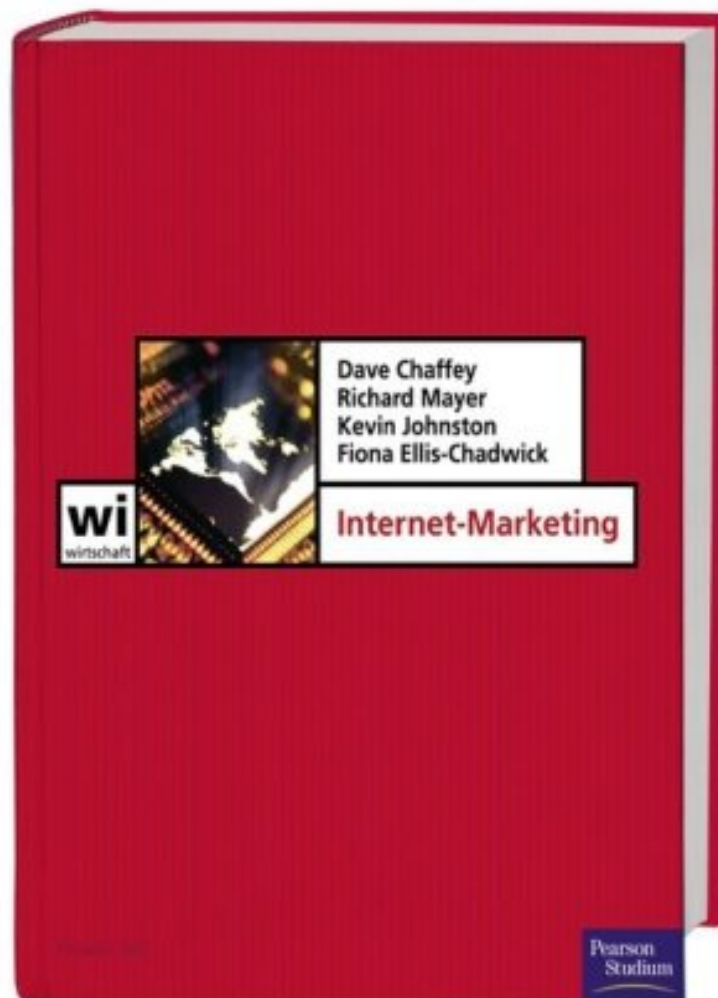


(Read download) Internet-Marketing . (Pearson Studium - Economic BWL)

Internet-Marketing . (Pearson Studium - Economic BWL)

Von Dave et al Chaffey

*ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF*



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #2299154 in BcherVerffentlicht am: 2001-06-15Abmessungen: 9.65 x 1.34b x 7.80l, Einband: Taschenbuch540 Seiten | File size: 67.Mb

Von Dave et al Chaffey : Internet-Marketing . (Pearson Studium - Economic BWL) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Internet-Marketing . (Pearson Studium - Economic BWL):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gute StrukturVon A. G.Ich habe das Buch fr meine Diplomarbeit verwendet. Die Struktur ist sehr gut und in Lernziele, Exkurse, bungsaufgaben, weiterfhrende Links und Zusammenfassungen der einzelnen Kapitel gegliedert.3 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Internet fr Unternehmer und Online-MarketersVon Max Adler"Internet Marketing - Strategy, Implementation and Practice" bietet einen umfassenden Leitfaden fr Organisationen, Unternehmen, Online-Marketer und Webdesigner wie eine erfolgreiche Online-Strategie

herausgearbeitet und in das normale Marketing-Geschehen implementiert werden kann. Dieses Buch deckt alle Aspekte des wissenschaftlichen Internet-Marketings, aber auch das Verständnis für die Komplexität des wirklichen Lebens, unterstützt durch Praxisbeispiele von erfolgreichen Online-Marketing Unternehmen. Hinzu ist dieses Werk hochaktuell und toprecherchiert. Es ist auf dem neuesten Stand der Internet-Umweltentwicklung, Strategieentwicklung und digitaler Marketing-Kampagnen - sowohl in der Planung, als auch in der Ausführung. Außerdem bietet dieses Buch dem Leser die Chance das volle Potential des Internets zu nutzen, die schnellen Änderungen und die Weiterentwicklung zu analysieren um dadurch eigene Risiken zu minimieren. In der vierten Ausgabe dieses Standardwerkes sind folgende neue Aspekte berücksichtigt: - Bewährte Praktiken des Online-Marketings von weltweit bewährten E-Unternehmen wie eBay - Aktualisierte Verweise auf die gesamte Bandbreite der digitalen Medien einschließlich Blogging, RSS, Instant Messaging, Podcasting, Digital-TV und Mobile-Marketing - Verbesserte vier-Farben-Gestaltung um die Klarheit zu erhöhen und die Lesbarkeit zu erleichtern - Stärkere Fokussierung auf die Strategie und Entwicklung mit einem bearbeitetem Kapitel über die Verbesserung der E-Marketing Performance Die Webseite zum Buch enthält viel Studienmaterial für Studenten, aber auch Webdesigner, Online-Marketers und Unternehmen. Außerdem beinhaltet sie viele relevante und weiterführende Links für Studenten und Dozenten. Dieses Buch in seiner neuen Version ist wieder einmal ein gelungenes Standardwerk für Studenten und Dozenten im Bereich des E-Marketings. Es ist aber auch ein Muss für jeden, der sich im Internet gut auskennen will und mit seinen Online-Aktivitäten auf seiner Webseite Geld verdienen will. 9 von 10 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Guter Überblick, viele praktische Übungen, Fehler im Detail Von Alfred Greifen Das Buch bietet einen guten Überblick über die Integration des Internet Marketings in den klassischen Marketing-Mix. Anhand einer Vielzahl von Beispielen und Übungen werden "Best Practice" Anwendungen gezeigt und der Leser zur Reflektion angeregt. Etwas streng sind die ständigen Hinweise auf weitere Kapitel im Buch. Hier wird das "Linking" betrieben und strift den Lesefluss. Zum Teil sind die Bsp. nicht schlüssig bzw. fehlerhaft. So wird im ersten Kapitel die Anzahl der Websites im Internet mit ca. 5 Mio. angegeben. Zu einem späteren Zeitpunkt ist wiederum die Rede von mehr als 1 Mrd. Websites im Internet. Das Buch erscheint mir gut geeignet als Basis für Lehrveranstaltungen. Hier bieten die zahlreichen Bsp. Anregungen für eigene Übungen.

Kurzbeschreibung Das Buch bietet eine umfassende Anleitung für den Einsatz des Internets zur Unterstützung von Marketingaktivitäten. Aufbauend auf traditionellen Marketingtheorien und -konzepten erläutert dieses Lehrwerk detailliert, warum sich das Internet besonders für verkaufsfördernde Maßnahmen eignet. Die Autoren zeigen u.a. auf, wie mit dynamischen Websites Kommunikation und Vertrieb revolutioniert werden können. Darüber hinaus leiten sie die Leser dazu an, über das Internet den persönlichen Kontakt zu ihrer Zielgruppe zu etablieren und sich somit entscheidende Wettbewerbsvorteile auf dem Markt zu sichern. Dieses Lehrbuch setzt keine Vorkenntnisse aus dem Bereich des Internet-Marketing voraus und vermittelt schnell und umfassend die notwendigen Grundlagen, um das Internet erfolgreich als Marketinginstrument zu nutzen. **über die Autoren:** Die Autoren dieses Buches forschen und lehren an der Derbyshire Business School der University of Derby in Großbritannien und beschäftigen sich seit Jahren intensiv mit Themen aus dem Bereich des Internet-Marketing. **Synopsis** This Value Pack consists of Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 3/e by Chaffey (ISBN: 9780273694052); Principles of Direct and Database Marketing, 3/e (ISBN: 9780273683551); Research Methods for Business Students, 4/e by Saunders/Thornhill/Lewis (ISBN: 9780273701484) **Buchrückseite** The authors have been highly successful in showing that they not only understand the relevant academic literature but are also familiar with the complexities of real life experienced by many practitioners. Dr Ahmad Jamal, Cardiff Business School Comprehensive, up-to-date and practical in focus. Dr Lisa Harris, Brunel University Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Third Edition provides a comprehensive guide to how organisations can use the Internet to support their marketing activities, and covers all aspects of Internet marketing environment analysis, strategy development, and digital marketing campaign-planning and execution. The book is based on emerging academic models and examples of best practice from leading experts in digital media. The practical knowledge developed through reviewing these concepts and practices will enable the reader to exploit the opportunities of marketing using the Internet while minimising risks. New features in this edition include: In-depth global cases illustrating best practice and the challenges of online marketing from well-known global e-businesses, including eBay Updated references to the full range of digital media, including blogging, RSS, instant messaging, podcasting, digital TV and mobile marketing Improved four colour design to increase clarity and ease readability Greater focus on strategy and development, with a revised chapter on Improving E-Marketing Performance A Companion Website at www.pearsoned.co.uk/chaffey contains additional study materials for students, as well as extensive links to relevant websites and extra pedagogical resources designed for lecturers. **Dave Chaffey** (www.davechaffey.com) is an Internet marketing trainer and consultant for Marketing Insights Limited. He is a lecturer on e-marketing courses at Cranfield and Warwick Universities and the Institute of Direct Marketing. Dave has been recognised by the CIM as one of the 50 marketing 'gurus' worldwide who have shaped the future of marketing. **Fiona Ellis-Chadwick** is a lecturer in Marketing at the Business School at Loughborough University and is a

member of the Marketing and Retailing Research Group. Her work has been published in Journal of Business Research, International Journal of Retail Distribution and Management, European Journal of Marketing, Internet Research, and Journal of Retailing and Consumer Services. Richard Mayer is a Senior Lecturer in Marketing at the University of Derby, where he is the programme manager for CIM qualifications. He is also the Director of his own Marketing Training Company, specialising in Strategic Marketing, Business to Business Marketing and Marketing Communications. Kevin Johnston is a Senior Lecturer at Liverpool John Moores University, specialising in marketing, strategy and e-commerce. He previously lectured at the University of Derby, where he created one of the UK's first e-commerce degree programmes.