Vorwort

Dieses Werk basiert auf dem „Handbuch Betriebswirtschaft für Ingenieure“ von Ekbert Hering und Walther Draeger, 3. Auflage 2000. Dieses Werk hat sich einen hervorragenden Platz als Lehrbuch für Studierende, insbesondere der Ingenieurwissenschaften, und als Standard-Nachschlagewerk für Ingenieure in der Praxis geschaffen. Die Vorteile sind die *große Praxisnähe* (das Werk wurde von Praktikern für Praktiker geschrieben), die Präsentation der *ganzen Breite des Managementwissens* sowie die vielen Beispiele, welche die sofortige Umsetzung in den betrieblichen Alltag ermöglichen. Das vorliegende Kapitel über Marketingkonzeptionen wurde dahingehend erweitert, dass der Marketing-Mix statt 5 Bereiche nunmehr 9 Bereiche umfasst (9 P). Die Wettbewerbsanalyse und wettbewerbsorientierte Portfolios werden nur erwähnt. Diese werden im Springer Essential „Wettbewerbsanalyse für Ingenieure“ ausführlich behandelt; ebenso wie die Persönlichkeitsprofile im Springer Essential „Personalmanagement für Ingenieure.“ Auf viele Beispiele wurde bewusst verzichtet, um das vorliegende Essential kurz und stringent zu halten.

http://www.springer.com/978-3-658-03910-3

Marketingkonzeptionen für Ingenieure
Hering, E.
2013, VIII, 47 S. 14 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-03910-3