
Vorwort

Dieser Beitrag stammt aus dem Werk „Dialogmarketing Perspektiven 2012/2013“, welches aktuelle Fachbeiträge und Forschungsprojekte zu Themen des Dialogmarketings vereint. Dieses geht zurück auf den 7. wissenschaftlichen interdisziplinären Kongress für Dialogmarketing, den der Deutsche Dialogmarketing Verband im September 2012 an der Hochschule der Medien in Stuttgart veranstaltete. Das Werk richtet sich an Dozierende und Studierende der Wirtschaftswissenschaften, der Wirtschaftspsychologie sowie interdisziplinärer Fachrichtungen mit dem Forschungsschwerpunkt Dialogmarketing sowie Fach- und Führungskräfte in der Dialogmarketingbranche.

Der folgende Beitrag befasst sich im Speziellen mit den Auswirkungen der digitalen Revolution auf das Marketing und die großen, damit verbundenen Herausforderungen.

Digitale Revolution

Auswirkungen auf das Marketing

Kreutzer, R.T.

2015, IX, 32 S. 19 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-09393-8