



Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition)

Anita Zednik

 **Download**

 **Online Lesen**

Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition) Anita Zednik

 [Download Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kri...pdf](#)

 [Online Lesen Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und k...pdf](#)

Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition)

Anita Zednik

Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition) Anita Zednik

Downloaden und kostenlos lesen Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition) Anita Zednik

260 Seiten

Pressestimmen

"Die besondere Stärke dieses Buches liegt sicherlich in der äußerst ausführlichen Darstellung der in der Praxis gängigen Marken-Modelle und der detaillierten Beleuchtung ihrer Vor- und Nachteile. Somit wird nicht nur interessierten Studenten ein hervorragender Überblick über das Thema ermöglicht, sondern es werden vor allem Marken-Führungskräften praktische Entscheidungshilfen bei der Wahl zwischen verschiedenen Modellen angeboten." transfer - Werbeforschung & Praxis, 02-03/2006 Kurzbeschreibung Anita Zednik und Andreas Strebinger untersuchen 48 Marken-Modelle der wichtigsten im deutschsprachigen Raum tätigen Berater, Marktforschungsinstitute und Agenturen. Eine Einteilung in sechs Grundtypen gibt eine rasche Orientierung am "Markt der Marken-Modelle". Danach werden die 48 Modelle detailliert vorgestellt und kritisch gewürdigt. Buchrückseite

Die zentrale Bedeutung der Marke spiegelt sich in einem kaum mehr überschaubaren Angebot an Instrumenten zur Optimierung der Markenführung wider.

Anita Zednik und Andreas Strebinger untersuchen 48 Marken-Modelle der wichtigsten Berater, Marktforschungsinstitute und Werbeagenturen im deutschsprachigen Raum. Eine Einteilung in die sechs Grundtypen "Markenstrategie-Modelle", "Markenwert-Modelle", "Wertekongruenz-Modelle", "Quantitative Marken-Positionierungsmodelle", "Qualitative Marken-Positionierungsmodelle" und "Marken-Kommunikationsmodelle" beruht auf einer quantitativen Analyse der Modell-Ziele und der von den Modellen verwendeten Datenbasis. Sie ermöglicht eine rasche und klare Orientierung am "Markt der Marken-Modelle". Die Modelle werden einzeln vorgestellt und kritisch gewürdigt.

Download and Read Online Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition) Anita Zednik #HV1DBSYAL25

Lesen Sie Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition) von Anita Zednik für online ebook
Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition) von Anita Zednik
Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen
Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition) von Anita Zednik
Bücher online zu lesen. Online Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition) von Anita Zednik
ebook PDF herunterladen
Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition) von Anita Zednik
Doc
Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition) von Anita Zednik
Mobipocket
Marken-Modelle der Praxis: Darstellung, Analyse und kritische Würdigung (Werbe- und Markenforschung) (German Edition) von Anita Zednik
EPub