

1. Record Nr.	UNIBAS000030505
Autore	Peter, J. Paul
Titolo	Marketing / J. Paul Peter, James H. Donnelly, Jr., Carlo Alberto Pratesi ; con la collaborazione di Carmine D'Arconte
Pubbl/distr/stampa	Milano : McGraw-Hill, 2009
Titolo uniforme	A preface to marketing management
ISBN	978-88-386-6610-0
Edizione	[4. ed]
Descrizione fisica	XIX, 447 p. ; 26 cm
Collana	Collana di istruzione scientifica , Serie di discipline aziendali
Altri autori (Persone)	Donnelly, James H. <jr.> Pratesi, Carlo Alberto
Disciplina	381 658.8
Soggetti	Marketing
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Traduzione di Matteo Sammartino
Sommario/riassunto	Il testo presenta in forma piana e sintetica i concetti fondamentali del marketing e costituisce un utile supporto all'attività formativa, validamente utilizzabile da studenti delle lauree triennali, nonché da quanti si avvicinano per la prima volta allo studio della materia. Il volume affronta in modo rigoroso i fondamenti e le problematiche gestionali del marketing, offrendo al lettore un inquadramento logico e metodologico adeguato alla piena comprensione dei modi in cui le aziende prendono decisioni relativamente al loro rapporto con i consumatori, i clienti, la concorrenza e i distributori. I quattordici capitoli di cui è composto guidano il lettore nelle diverse fasi del processo di marketing management: dall'analisi del mercato, alla strategia, fino alle scelte operative e al piano. La quarta edizione italiana del testo presenta diverse integrazioni di un certo rilievo rispetto alla terza, evidenziando una sostanziale rivisitazione e ampliamento dei contenuti con un particolare sforzo nel contestualizzare esempi ed esperienze dell'edizione originale alla realtà italiana ed europea.