



E-Marketings. Es werden viele wichtige Punkte und Anstze durchleuchtet und teilweise mit Praxisbeispielen erlutert. Ich persnlich htte mir mehr ber wirklich brauchbare Themen wie Usability, SEM, etc. erwartet. Fr den groben berblick empfehle ich auch das Buch "30 Minuten fr professionelles Online-Marketing".

PressestimmenAus: STUDIUM. Buchmagazin fr Studierende, Wintersemester 2007/2008 "Die[se] praktische Sichtweise und seine Aktualitt machen Wolfs Buch zu einer echten Bereicherung der Marketing-Literatur." Kurzbeschreibung Hilfreiche Trainingsfragen zu diesem Buch finden Sie unter:

<http://www.economag.de/training?ISBN=58383> Schwierige Mrkte setzen auch das Marketing unter Erfolgsdruck. Mit geringeren Budgets muss mehr erreicht werden. Ein Ausweg aus diesem Dilemma bietet das so genannte E-Marketing ("Electronic" Marketing oder auch Online Marketing genannt). Dabei werden marketing-orientierte Geschftsprozesse hauptschlich oder ausschlielich online abgewickelt. In sehr moderner, anschaulicher Weise prsntiert der Autor die neuesten Erkenntnisse systematisch und mit treffenden Worten und Bildern. Das Buch besticht inhaltlich durch eine umfassende und gleichzeitig kompakte Darstellung der relevanten Sachverhalte im E-Marketing. Gleichzeitig ldt das Erscheinungsbild des Buches geradezu zum Lesen ein: Eine Vielzahl von Abbildungen erleichtert das Lernen und Erarbeiten des Themengebietes. Das Buch richtet sich an Studierende der Betriebswirtschaftslehre sowie an Praktiker, die vor der Entscheidung des optimalen Marketing-Mix stehen. ber den Autor und weitere Mitwirkende Prof. Dr. Volkhard Wolf ist seit 2001 Studiengangsleiter fr den Studiengang Industrie / e-business an der Berufsakademie Mosbach und lehrt dort u. a. in den Bereichen E-Marketing, Webdesign, Business Processes und E-Controlling. Zuvor war er als IBM e-business Marketing Manager zustndig fr die strategische Positionierung von IBM Software im Rahmen von E-Commerce und e-business. Er promovierte am Max-Planck-Institut in Mainz. Herr Dr. Wolf war danach zunchst sechs Jahre in der IBM Forschung als Informatiker ttig und wechselte dann 1995 ins Marketing, wo er zahlreiche leitende Positionen im Bereich Produktmanagement und Brandmanagement begleitete. Seit 1998 war er zustndig fr die europaweite Vermarktung des gesamten IBM Software-Produktportfolios. Prof. Dr. Wolf hat zahlreiche Bcher und Artikel publiziert und arbeitet neben seiner Lehrttigkeit als Redner, Berater und Trainer in den Bereichen Marketing, Kommunikation und e-business.