

Besonderheiten des internationalen Marketing von Dienstleistungen (German Edition)

Stefanie Norden

ebooks / Download PDF / *ePub / DOC / audiobook



DOWNLOAD



READ ONLINE

#4500427 in eBooks 2011-07-21 2011-07-21 File Name: B007RRUWSE | File size: 54.Mb

Stefanie Norden : Besonderheiten des internationalen Marketing von Dienstleistungen (German Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Besonderheiten des internationalen Marketing von Dienstleistungen (German Edition):

Projektarbeit aus dem Jahr 2008 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 2,0, Universitauml;t Bremen (Fachbereich Wirtschaftswissenschaften), Veranstaltung: Marketing, Sprache: Deutsch, Abstract: Die Welt ruuml;ckt nauml;her zusammen. Rasanter technischer

Fortschritt macht globale Kommunikation und globales Wirtschaften einfach wie nie zuvor. Globalisierung auf verschiedenen Ebenen ist in aller Munde. Diese Arbeit soll sich einem speziellen Teil eines bisher wenig betrachteten Aspekts der Internationalisierung der globalen Wirtschaft widmen, den Besonderheiten des Marketing für internationale Dienstleistungen. Wenngleich sowohl Dienstleistungen als auch der Internationalisierungsprozess großartig;es Interesse auf sich ziehen, bezieht sich ein Großteil der wissenschaftlichen Diskussionen über Internationalisierung primär auf Sachgüter, während Dienstleistungen bislang vernachlässigt wurden. Dabei spricht allein das hohe Wachstum des tertiären Sektors eine deutliche Sprache, wie bedeutend Dienstleistungen für unsere Gesellschaft sind. Es fällt das Wort „Dienstleistungsgesellschaft“ im alltäglichen Sprachgebrauch. Mit wachsender Bedeutung sowohl von Internationalisierung als auch vom Dienstleistungssektor muss die Thematik von internationalen Dienstleistungen und ihren Marketingmaßnahmen her betrachtet werden. Dienstleistungen unterscheiden sich durch gewisse Merkmale von Sachgütern, und eben diese Merkmale sind es, die die Besonderheiten, die diese Arbeit darstellt, hervorbringen. Kapitel 2 widmet sich den Charakteristika der Dienstleistung im allgemeinen Kontext. Es werden Grundlagen dargestellt, auf denen die späteren Kapitel aufbauen, wenn sie die Dienstleistungscharakteristika auf internationale Marketing übertragen. Das Kapitel beginnt mit einer Charakterisierung von Dienstleistungen im ersten Unterkapitel und begibt sich dann im zweiten Unterkapitel auf die internationale Ebene, indem es drei Typologien internationaler Dienstleistungen darstellt. Kapitel 3 stellt die strategische Ebene des internationalen Dienstleistungsmarketing dar. Es zeigt den strategischen Prozess, wie er auch in anderen Bereichen Gültigkeit besitzt, und bezieht ihn auf den Arbeitsschwerpunkt. Es werden die Situationsanalyse sowie die Strategie der Marktwahl, des Markteintritts und der Marktbearbeitung veranschaulicht. Kapitel 4 schließt den Bogen auf die operative Ebene und zeigt auf, welche Besonderheiten des internationalen Dienstleistungsmarketing durch das Einwirken der konstitutiven Dienstleistungsmerkmale auf Bereiche des Marketing-Mix entstehen. Im Kapitel 5 wird unter Berücksichtigung und durch Zusammenfassung der behandelten Themen ein Fazit zur Thematik gezogen.

About the Author Bis 2010 studierte ich Betriebswirtschaftslehre an der Universität Bremen mit den Schwerpunkten Marketing, Nachhaltiges Management sowie Dienstleistungs-, KMU- und Gründungsmanagement. Von 2011 bis 2012 belegte ich dann einen Weiterbildungskurs zum Social Media Manager am Institut für Lernsysteme. Seit 01.01.2013 verhilft unser Unternehmen B2N Social Media Services unseren Kunden zu nachhaltig erfolgreichen Social-Media-Präsenzen und bietet Beratung und Dienstleistungen rund um das Thema Social Media an. Mehr über uns: www.b2n-social-media.de