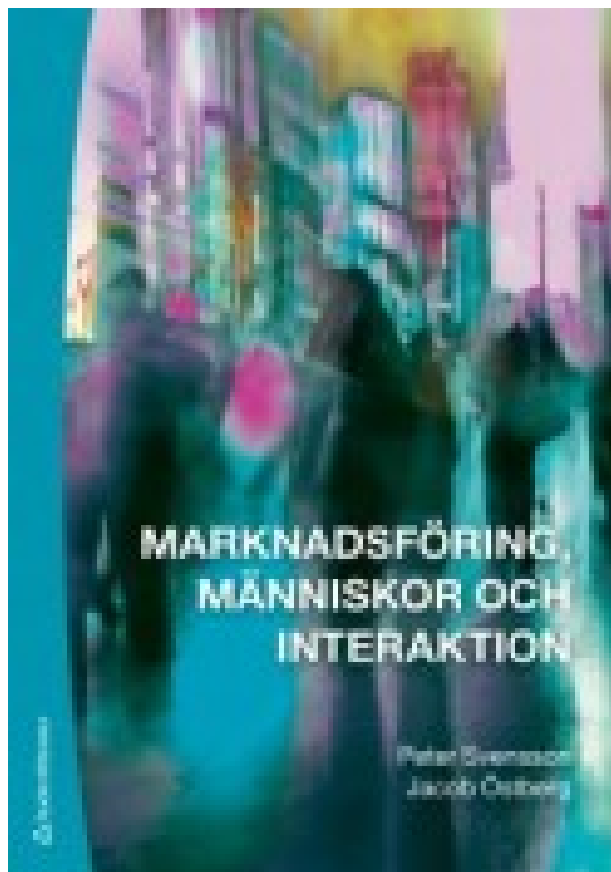


# Marknadsföring, människor och interaktion



<b>Sprak:</b>	Svensk
<b>Kategori:</b>	Markedsføring
<b>Forfatter:</b>	Peter Svensson og Jacob Östberg
<b>Antall sider:</b>	160
<b>ISBN/EAN:</b>	9789144110042
<b>Utgivelsesar:</b>	2016
<b>Forlag:</b>	Studentlitteratur AB

[Marknadsföring, människor och interaktion.pdf](#)

[Marknadsföring, människor och interaktion.epub](#)

Marketing management är det mest inflytelserika perspektivet inom marknadsföring i dag. Perspektivet har fått stor spridning inom såväl näringsliv som offentlig sektor. Men vad händer egentligen om man tar hänsyn till människan och hennes sociala liv, det vill säga interaktioner, relationer och tolkningar av symboler? Syftet med denna bok är att, som en respons på denna fråga, undersöka vad en interaktionistisk och relationell förståelse av marknadsföring kan innebära för hur vi ser på marknadsföringsaktiviteter av olika slag.

I boken analyseras sex grundläggande marknadsföringsbegrepp utifrån ett interaktionistiskt perspektiv: marknad, konsument, produkt/varumärke, pris/värde, plats och reklam.

Vi vil gjerne vise deg en beskrivelse her, men området du ser på lar oss ikke gjøre det.