

PEMIKIRAN KREATIF PEMASARAN

Buku ini menyajikan banyak pendapat dari para ahli pemasaran. Sajian pendapat diungkapkan secara komprehensif sehingga sangat membantu untuk pembelajaran manajemen pemasaran. Tidak ketinggalan, buku ini juga bermanfaat untuk mengembangkan pemahaman tentang bagaimana mengimplementasikan manajemen pemasaran dalam operasionalisasi bisnis.

Secara garis besar buku ini mencakup pengertian pemasaran, konsep, tujuan, dan strategi pemasaran, segmentasi, strategi penempatan, branding, penetapan harga, perilaku konsumendan loyalitas konsumen, intensi pembelian, pemasaran jasa dan kualitas jasa, pendekatan orientasi pada pasar, customer relationship Management, analisis pesaing, paradigma pemasaran baru.

