

Marketing im Projektgeschäft

Bernd Neuner, 2006

Abstract:

Der Bereich der Klein- und Mittelbetriebe ist von der hohen Dynamik des globalen Wettbewerbs und rasanten technologischen Entwicklungen besonders betroffen. Die sich daraus ergebende Notwendigkeit einer proaktiven und systematischen Marktbearbeitung wird damit auch für KMU unerlässlich.

Bernd Neuner beleuchtet das Marketing in projektorientierten und technologisch ausgerichteten KMU und will damit einen Beitrag zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit dieser Unternehmen liefern. Ausgehend von einer Beschreibung der Charakteristika des Projektgeschäftes und der spezifischen Rahmenbedingungen des Marketings in Klein- und Mittelbetrieben entwickelt der Autor ein Modell zur Gestaltung der Aufbau- und Ablauforganisation des Marketings, in dessen Zentrum die Ausrichtung an den Geschäftsprozessen steht.

**Verlag der Technischen Universität Graz, 1. Auflage, 322 Seiten;
ISBN: 3-902465-42-5**

