

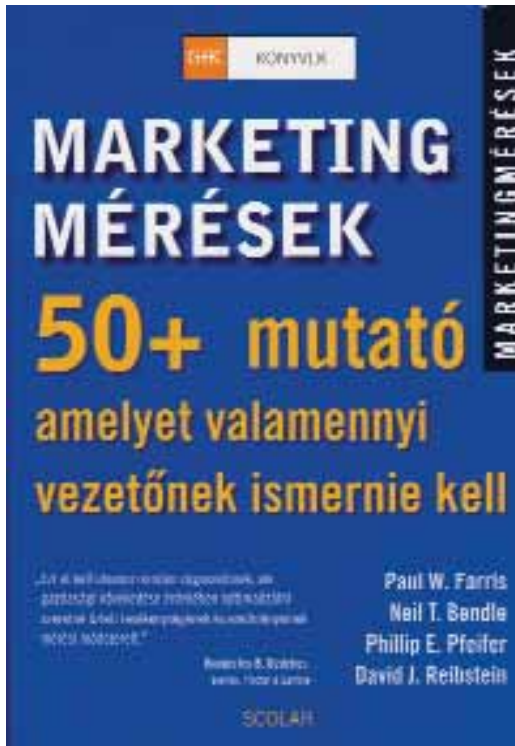
Könyvajánló

PAUL W. FARRIS–NEIL T. BENDLE–PHILLIP E. PFEIFER–DAVID J. REIBSTEIN:
MARKETINGMÉRÉSEK (GFK-KÖNYVEK) (SCOLAR KIADÓ)

A marketingszakemberek manapság egyre inkább szembesülnek azzal az elvárással, hogy módszereiket, tevékenységüket számszerűsíteni kellene. Ezáltal a marketingre elköltött összegek nyomon követhetővé, eredményeik megfoghatóvá, ellenőrizhetővé válnak.

E könyvben négy vezető kutató és tanácsadó módszeresen bemutatja a mai legértékesebb marketingmutatókat, kiemelve, mi rejlik az egyes mutatók mögött, melyek azok erősségei és gyenge pontjai. Elmagyarázzák, pontosan hogyan használhatjuk ezeket mélyebb ismeretek megszerzésére, és hogyan reagálunk azokra. Rávilágítanak a mutatók közötti legfontosabb összefüggésre, eligazítást nyújtanak a tekintetben, hogy mely helyzetekben mely mutatókat érdemes használni, azok milyen kiindulási adatokat, információkat igényelnek. Természetesen segítenek értelmezni a kapott eredményeket, és bemutatják, hogy az eredményeket különböző megvilágításba helyezve milyen helyes, illetve helytelen következtetéseket vonhatunk le.

Legyen az egy kis üzlet tulajdonosa, egy ötvenfős közép vállalat vezetője, vagy akár egy nagyvállalat marketingigazgatója – a könyvből mindenki hasznos információkhoz juthat, hogy miként adhat el többet, hogyan növekedhet, hogyan juthat a konkurencia megfigyelésével értékes információkhoz, és nem utolsósorban abban is segít, miként számíthatjuk ki, hogy megtérülnek-e a marketingre kiadott forintjaink? A ma ismert legfrissebb elméleti anyagon túl minden fejezet konkrét gyakorlati példákat is tartalmaz, melyek megkönnyítik az elmélet elsajátítását.



Nyomtatás: Dürer Nyomda

Méret: 185×260 mm

Terjedelem: 360 oldal

Kötés: célnafűzés, kemény tábla, védőborító

Ára: 7450 Ft

Internetes rendelés ára: 5960 Ft

www.scolar.hu

ALICE TWEMLow: MIRE JÓ A GRAFIKAI TERVEZÉS? (SCOLAR DESIGN)

A 21. század tervezőgrafikusainak komoly, ám annál izgalmasabb kihívásokra kell választ adniuk: az új technológiák, a megrendelők és fogyasztók közötti új kommunikációs csatornák vagy a tervezésre, a globális problémákra és

a különböző kultúrákra egyre fogékonyabb közönség megszólítása is mind ide sorolható. A szerző a kötet első részében azokat a hatásokat vizsgálja, amelyek napjainkban a tervezők tevékenységét is mind erősebben befolyásolják:

fenntarthatóság, etika, technológia, elmélet, továbbá az egyes kultúrákat érő különböző globális hatások.

A kötet második fejezete a grafikai tervezés részterületeit veszi sorra. A hagyományos tevékenységek – tipográfia, felirat-, arculat-, hirdetés- és könyvtervezés – mellett olyan új területekbe is bepillantást nyerhetünk, mint a játék-, szoftver- és interaktív tervezés, vagy a koncertek vizuális atmoszféráját megteremtő VJ-k munkája.

A tervezőgrafikusok munkájukat a legváltozatosabb körülmények között és módokon végezhetik: dolgozhatnak egyedül vagy egy csapat tagjaként; a tervezés mellett foglalkozhatnak írással, szerkesztéssel, kurátori tevékenységekkel, fotózással, betűtervezéssel, illetve saját vállalkozásaik igazgatásával is. A kötetben számos kortárs tervező munkáival ismerkedhetünk meg a világ minden tájáról.

Méret: 175×225 mm; Terjedelem: 256 oldal

Kötés: kemény táblás, cérnafűzött; Ára: 6995 Ft

Internetes rendelés ára: 5600 Ft; www.scolar.hu



NAGY MÉDIA KÖNYV (PROFESSIONAL PUBLISHING HUNGARY KFT.)

2008-ban újra megjelenik a Nagy Média Könyv, a magyarországi marketing- és kommunikációs szakma alapvető kézikönyve, mely tematikusan és vizuálisan bemutatja a hazai médiumokat:

- ♦ a médiumokban felhasználható kreatív megoldásokat,
- ♦ alapárakat,
- ♦ elérhető felületeket,
- ♦ szakmai kontaktokat, melyek az iparág bármely szektorában dolgozó piaci szereplő számára fontosak lehetnek.

A Nagy Média Könyv olyan kiadvány, amelynek ott a helye minden kommunikációs és marketingszakember polcán!

Méret: 240×335mm

Terjedelem 256 oldal

Kötés: kemény tábla, PUR

Nyomtatás: Electroprodukt Nyomda

On-line vásárlás: www.kreativ.hu

