

MANAJEMEN PEMASARAN : Jilid 2-12/E

Buku ini menekankan bahwa tugas pemasaran bukan lagi kegiatan departemen pemasaran saja. sebaliknya pemasaran merupakan kegiatan semua semua departemen suatu perusahaan.

Pemasaran menentukan visi, misi dan perencanaan dan perencanaan strategis perusahaan. Pemasaran mencakup sejumlah keputusan penting seperti : penentuan kelompok pelanggan mana saja yang akan dilayani kebutuhannya, penentuan bauran pemasaran untuk dipadukan dengan bauran manfaat bauran manfaat.

Buku ini juga menekankan bahwa tiap orang merupakan pemasar. Berdasarkan penekanan ini maka konsep , model dan kerangka kerja teori .

