

Marketing in de nieuwe economie

Handleiding voor het creëren van échte waarde

Vraag jij jezelf weleens af hoe opvattingen over de economie het werk van de marketeer beïnvloeden? Wie in de maatschappij en de politiek rondkijkt, ziet iets opvallends: onze honderd jaar oude ideeën over de economie zijn aan het veranderen. Aannames over de economie worden ter discussie gesteld.

Kan onze economie wel onbeperkt blijven groeien? Draagt onze economie wel voldoende bij aan een groei in welzijn? Profiteert iedereen voldoende van de groei in welvaart?

In *Marketing in de nieuwe economie* legt Marco Kuijten de link tussen onze opvattingen over de economie en het werk van de marketeer. De opkomst van de nieuwe economie heeft het economieonderwijs op hogescholen en universiteiten al beïnvloed, nu is het tijd voor het marketingonderwijs. Marketingstudenten leren te weinig over de rol die marketing speelt in de maatschappij. Maar vergis je niet! Dit boek is geen economieboek. Het gaat over marketing en haar taak: het creëren van waarde.

Het boek is gericht op hbo-studenten en young professionals die invulling willen geven aan hun werk als marketeer in een nieuwe economie.

Marco Kuijten durft vraagtekens te plaatsen bij de relevantie van marketing, maar geeft ook oplossingen voor hoe het anders kan. Met behulp van praktijkvoorbeelden en een aantal eenvoudige stappen kunnen marketeers werken aan het creëren van échte waarde en zo weer relevant worden. Zowel in het bedrijfsleven als in de maatschappij.

Recensie

*"Het boek is gericht op hbo-studenten en young professionals die invulling willen geven aan hun werk als marketeer in een nieuwe economie. **Marco Kuijten durft vraagtekens te plaatsen bij de relevantie van marketing, maar geeft ook oplossingen voor hoe het anders kan. Met behulp van praktijkvoorbeelden en een aantal eenvoudige stappen kunnen marketeers werken aan het creëren van échte waarde en zo weer relevant worden.** Zowel in het bedrijfsleven als in de maatschappij."*
- Uit een recensie van 500jaarluther.nl

*Door de nieuwe economie van deze tijd verandert ook de marketing. En dus moet ook het marketingonderwijs zich aanpassen. **Het boek laat zien wat niet meer werkt en hoe het moderner kan. Om tegenwoordig marketing belangrijk te maken zijn stakeholderdenken en waarde creëren essentieel. Voor***

**ISBN:**

9789085601142

Auteur:

Marco Kuijten

Prijs:

€ 27,90

Meer info:swpbook.com/2326



u i t g e v e r i j

SWP

stakeholders moet marketing het systeem waarin de organisatie zich bevindt, veranderen met het corporate social responsibility model. Om waarde te creëren biedt het boek vier meervoudige strategieën. Elk hoofdstuk heeft een casus en een samenvatting. De auteur is docent commerciële economie en onderzoeker aan een Nederlandse hogeschool. Gericht op hbo-studenten en young marketing professionals.

- Uit een recensie van NBD Biblion, september 2021.