

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Die Autoren	8
Kapitel 1 Die Bedeutung und Aufgaben des Marketing im 21. Jahrhundert	9
Lösungshinweise.	11
Kapitel 2 Marketing und Gesellschaft: Gesellschaftliche Verantwortung und Ethik im Marketing	19
Lösungshinweise.	22
Kapitel 3 Strategisches Marketing	29
Lösungshinweise.	32
Kapitel 4 Das Umfeld des Marketing	39
Lösungshinweise.	41
Kapitel 5 Das Kaufverhalten der Konsumenten	51
Lösungshinweise.	53
Kapitel 6 Märkte für Industriegüter – Besonderheiten des Business-to-Business-Marketing	63
Lösungshinweise.	65
Kapitel 7 Marktforschung	77
Lösungshinweise.	79
Kapitel 8 Relationship-Marketing	91
Lösungshinweise.	93
Kapitel 9 Marktsegmentierung und Positionierung	99
Lösungshinweise.	101
Kapitel 10 Konkurrenzanalyse und Wettbewerbsstrategien	111
Lösungshinweise.	113

Kapitel 11	Produktstrategie und Markenmanagement	123
	Lösungshinweise	125
Kapitel 12	Die Entwicklung neuer Produkte und Produktlebenszyklusstrategien	135
	Lösungshinweise	138
Kapitel 13	Marketing für Dienstleistungen	147
	Lösungshinweise	149
Kapitel 14	Grundsatzüberlegungen und Strategien zur Preissetzung	159
	Lösungshinweise	161
Kapitel 15	Integrierte Marketingkommunikation	169
	Lösungshinweise	172
Kapitel 16	Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	179
	Lösungshinweise	181
Kapitel 17	Persönlicher Verkauf und Verkaufsförderung	189
	Lösungshinweise	191
Kapitel 18	Direktmarketing und Online-Marketing	201
	Lösungshinweise	203
Kapitel 19	Distribution und Logistik	213
	Lösungshinweise	215
Kapitel 20	Die Welt als Marktplatz	227
	Lösungshinweise	229