

Inhalt

Inhalt.....	5
Über das Buch.....	9
Etappe 1: Grundbegriffe des Marketings	11
' _ ' Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps.....	12
Definition des Marketings	13
Doppelfunktion des Marketings	15
Unternehmensführung.....	17
Marketing in der Unternehmensführung.....	19
' _ ' Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	24
Etappe 2: Marktforschung.....	27
' _ ' Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps.....	28
Primär- und Sekundärforschung.....	29
Umweltanalyse des Marketing.....	32
Marktsegmentierung.....	35
' _ ' Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	38
Etappe 3: Konsumentenverhalten	41
' _ ' Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps.....	42
S-O-R-Modell	43
Kaufentscheidungsprozesse	45
Organisationelles Kaufverhalten.....	47
Kundenzufriedenheit.....	48
Kundenbindung	54
' _ ' Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	60

Etappe 4: Strategisches Marketing.....	65
☞ Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps	66
Wettbewerbsvorteile	67
Differenzierungsstrategie	70
Kostenführerschaftsstrategie	73
Marktbearbeitungsstrategien.....	78
Lebenszyklus-Analyse.....	80
Portfolio-Analyse	83
SWOT-Analyse.....	88
☞ Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	92
Etappe 5: Produkt- und Programmpolitik	97
☞ Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps.....	98
Nutzentreiber.....	100
Produktvariation und Produktdifferenzierung.....	101
Gender-Marketing und Ethno-Marketing	103
Servicepolitik.....	105
Verpackungspolitik	105
Sortimentspolitik	107
Programmpolitik	109
☞ Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	111
Etappe 6: Markenpolitik	115
☞ Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps.....	116
Funktionen einer Marke.....	120
Markenstrategien	121
☞ Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	124
Etappe 7: Preis- und Konditionenpolitik.....	127
☞ Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps.....	128

Preisbestimmung.....	130
Preisstrategien.....	132
Aspekte der Preispolitik	134
Reaktion auf Preissenkungen	137
Preisdifferenzierung.....	138
Konditionenpolitik.....	141
☞ Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	144
Etappe 8: Distributionspolitik	147
☞ Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps.....	148
Aufgaben der Distributionspolitik.....	149
Physische Distribution	151
Interne Distributionsorgane	153
Externe Distributionsorgane	156
Großhandel.....	159
Einzelhandel	161
Marktveranstaltungen	163
Absatzwegepolitik	164
Verkaufstypologie	166
☞ Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	168
Etappe 9: Kommunikationspolitik	171
☞ Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps.....	172
Funktionen der Kommunikationspolitik.....	173
Instrumente der Kommunikationspolitik.....	176
Push- und Pullstrategie.....	177
Werbung.....	178
Verkaufsförderung.....	180
Öffentlichkeitsarbeit.....	182

8 Inhalt

Sponsoring	182
Weitere kommunikationspolitische Instrumente.....	183
Corporate Identity.....	185
☞ Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	187
Etappe 10: Marketing-Controlling.....	191
☞ Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps.....	192
Definition des Marketing-Controllings	193
Marketing-Audit	196
Ergebnisorientiertes Marketing-Controlling	198
Kennzahlenanalyse.....	199
☞ Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	202
Den Fitness-Stand errechnen	205
Glossar.....	207
Literatur.....	213
Stichwortverzeichnis.....	214