
Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
2	Auswirkungen von Generativer KI auf Marketingorganisationen	5
2.1	Marketingprozess	5
2.2	Marketingkompetenzen	10
2.3	Marketingstruktur	14
3	Umarme IT und Data Analytics – Ein Leitfaden für Marketingmanger:innen	21
4	Fazit	35
	Was Sie aus diesem <i>essential</i> mitnehmen können	37
	Literatur	39