

Inhaltsverzeichnis

Erstes Kapitel Strategisches Marketing

1. Fallstudie TAPE Inc.	5
2. Fallstudie ELECTRO AG	12
3. Fallstudie BONOS AG	18
4. Fallstudie FARBWERKE BUNT	26
5. Fallstudie NIET & NAGEL GmbH	37
Kurzhinweise zur Lösung der Fallstudien	45
Literatur	54

Zweites Kapitel Marktforschung und Marktsegmentierung

1. Fallstudie SMOKE AG	59
2. Fallstudie COSMETICA	64
3. Fallstudie AUTODRUCK GmbH	72
4. Fallstudie SUPER-FOOD	80
Kurzhinweise zur Lösung der Fallstudien	88
Literatur	94

Drittes Kapitel Produkt- und Sortimentspolitik

1. Fallstudie BLITZBLANK	99
2. Fallstudie ELECTRIC AG	107
3. Fallstudie CINEMA GmbH	112
4. Fallstudie BODYCARE	117
Kurzhinweise zur Lösung der Fallstudien	124
Literatur	133

Viertes Kapitel Kommunikationspolitik

1. Fallstudie SUPER GmbH	139
2. Fallstudie PLASTICARD	144
3. Fallstudie PILLE AG	157
4. Fallstudie HOLZMANN AG	165
5. Fallstudie NECKAR MÖBEL	173
6. Fallstudie FALKE GmbH	183
Kurzhinweise zur Lösung der Fallstudien	187
Literatur	195

Fünftes Kapitel Distributionspolitik

1. Fallstudie MACHO MOTORS Corporation	201
2. Fallstudie SUPER-8-FILM	210
3. Fallstudie MEGABYTE AG	218
4. Fallstudie ALLMARKAN	227
5. Fallstudie WEINKELLEREI BARTH	236
Kurzhinweise zur Lösung der Fallstudien	253
Literatur	260

Sechstes Kapitel Preispolitik

1. Fallstudie MEMORY	265
2. Fallstudie TENNIS GmbH	268
3. Fallstudie SOFT AG	272
4. Fallstudie KITSCH & Co.	279
Kurzhinweise zur Lösung der Fallstudien	282
Literatur	288

Siebttes Kapitel **Institutionelle Bereiche des Marketing**

1. Fallstudie CITY KAUF GmbH	293
2. Fallstudie HEINRICH GmbH & Co.	298
3. Fallstudie GUTENBERG BUCHGEMEINSCHAFT	309
4. Fallstudie HEIM-FINANZ AG	319
Kurzhinweise zur Lösung der Fallstudien	327
Literatur	332

Achtes Kapitel **Internationales Marketing**

1. Fallstudie SCHIRMER AG	337
2. Fallstudie GLOBALMASTER AG	342
3. Fallstudie REINLICH AG	351
Kurzhinweise zur Lösung der Fallstudien	359
Literatur	363