

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
7 Marketing & Vertrieb.....	11
7.1 Marketingplanung.....	11
7.1.1 Marketingprozess	11
7.1.2 Marketing-Ziele	12
7.1.3 Marketingstrategien	12
7.1.3.1 Arten von Strategien	12
7.1.3.2 Strategische Marketingplanung u. -analyse	16
7.1.4 Marketingplan.....	21
7.2 Marketinginstrumentarium.....	22
7.2.1 Marketinginstrumente.....	22
7.2.2 Produktpolitik.....	23
7.2.2.1 Produktgestaltung	24
7.2.2.2 Programm- und Sortimentspolitik	29
7.2.2.3 Servicepolitik.....	31
7.2.3 Preispolitik.....	33
7.2.3.1 Kostenorientierte Preisgestaltung	34
7.2.3.2 Konkurrenzorientierte Preisgestaltung	36
7.2.3.3 Nachfrageorientierte Preisgestaltung.....	37
7.2.3.4 Preisdifferenzierung.....	37
7.2.3.5 Preisvariation.....	39
7.2.3.6 Konditionenpolitik	39
7.2.4 Distributionspolitik.....	40

7.2.5	Kommunikationspolitik.....	47
7.2.5.1	Werbung	47
7.2.5.2	Verkaufsförderung	51
7.2.5.3	Public Relations.....	51
7.2.5.4	Sponsoring.....	53
7.2.6	Marketing-Mix.....	54
7.3	Vertriebsmanagement.....	55
7.3.1	Vertriebsorganisation.....	55
7.3.2	Vertriebscontrolling	60
7.4	Internationale Geschäftsbeziehungen	63
7.4.1	Einführung in den Außenhandel.....	63
7.4.2	Kooperationen im Außenhandel.....	65
7.4.3	Interkulturelle Kommunikation	67
7.5	Spezielle Rechtsaspekte	69
7.5.1	Wettbewerbsrecht.....	69
7.5.1.1	Verbot des unlauteren Wettbewerbs (UWG).....	70
7.5.1.2	Kartellverbot (GWB).....	71
7.5.2	Markenrecht.....	72
7.5.2.1	Schutz von Marken etc.	72
7.5.2.2	Beginn und Ende des Markenschutzes.....	73
7.5.3	Verbraucherschutz	74
7.5.3.1	Besonderheiten des Verbrauchsgüterkaufs.	74
7.5.3.2	Widerrufsrecht bei Verbraucherverträgen ...	75
7.5.3.3	Einbeziehung und Inhaltskontrolle von AGB	75

Anhang A:	Tipps zur Prüfung	77
Anhang B:	Prüfungssimulationen.....	79
Anhang C:	Lösungen	83
Anhang D:	Prüfungsstatistik	91
	Stichwortverzeichnis.....	97