

Inhalt

Vorwort	V
Teil I: Grundlagen des Marketing	1
1 Grundlagen des Marketing	3
Teil II: Informationsmanagement im Marketing	9
2 Konsumentenverhalten	11
3 Marktforschung	17
Teil III: Strategische Marketingplanung	23
4 Strategisches Marketing	25
5 Customer Relationship Management	31
Teil IV: Operative Marketingplanung	37
6 Produktpolitik	39
7 Preispolitik	51
8 Vertriebspolitik	59
9 Kommunikationspolitik	69
Teil V: Marketing in speziellen Anwendungskontexten	77
10 Investitionsgütermarketing	79
11 Dienstleistungsmarketing	85
12 Online-Marketing	93
13 Internationales Marketing	97
Literatur	109
Die Autoren	111