

# Inhalt

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

## 6 Inhalt

<b>Etappe 4: Strategisches Marketing.....</b>	<b>65</b>
( 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
<b>Etappe 5: Produkt- und Programmpolitik.....</b>	<b>97</b>
( 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
<b>Etappe 6: Markenpolitik.....</b>	<b>115</b>
( Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps.....	116
Funktionen einer Marke.....	120
Markenstrategien .....	121
( Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	124
<b>Etappe 7: Preis- und Konditionenpolitik.....</b>	<b>127</b>
( 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
<b>Etappe 8: Distributionspolitik .....</b>	<b>147</b>
⌚ 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
<b>Etappe 9: Kommunikationspolitik .....</b>	<b>171</b>
⌚ 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
<b>Etappe 10: Marketing-Controlling .....</b>	<b>191</b>
⌚ Startschuss: Schlagwörter und Prüfungstipps.....	192
Definition des Marketing-Controllings .....	193
Marketing-Audit.....	196
Ergebnisorientiertes Marketing-Controlling .....	198
Kennzahlenanalyse.....	199
⌚ Zwischenstand: Fragen und Antworten.....	202
<b>Den Fitness-Stand errechnen .....</b>	<b>205</b>
Glossar.....	207
Literatur.....	213
Stichwortverzeichnis.....	214