

Inhaltsverzeichnis

1 Marketingplanung	
1.1 Marketingprozess	7
1.2 Marketing-Ziele	7
1.3 Marketingstrategien	9
1.3.1 Arten von Strategien	9
1.3.2 Techniken	11
1.4 Marketingplanung	14
Klausuraufgabe	16
2. Marketinginstrumentarium / Marketing-Mix	
2.1 Marketinginstrumente.....	17
2.2 Produktpolitik	17
2.2.1 Produktgestaltung	18
2.2.2 Programm- und Sortimentspolitik.....	20
2.2.3 Servicepolitik.....	21
2.3 Preispolitik	22
2.3.1 Preisentscheidungen	23
2.3.2 Preisgestaltung	23
2.3.3 Strategien der Preispolitik	24
2.3.4 Preisdifferenzierung	25
2.4 Distributionspolitik	26
2.4.1 Direkter Vertrieb	26
2.4.2 Indirekter Vertrieb.....	27
Exkurs: Franchising.....	27
2.5 Kommunikationspolitik.....	28
2.5.1 Werbung.....	29
2.5.2 Verkaufsförderung.....	31
2.5.3 Public Relation.....	32
2.5.4 Sponsoring	32
2.6 Marketing-Mix	33
Klausuraufgabe	36
3. Vertriebsmanagement	

3.1 Vertriebsorganisation	37
3.2 Vertriebscontrolling	40
Klausuraufgabe	41
4. Internationale Geschäftsbeziehungen.....	
4.1 Einführung in den Außenhandel.....	42
4.2 Kooperationen im Außenhandel.....	43
4.3 Interkulturelle Kommunikation.....	44
Klausuraufgabe	45
5. Spezielle Rechtsaspekte.....	
5.1 Wettbewerbsrecht.....	46
5.2 Markenrecht	47
5.3 Verbraucherschutz.....	49
Klausuraufgabe	50
Lösungshinweise	
Klausuraufgabe 1	51
Klausuraufgabe 2	53
Klausuraufgabe 3	54
Klausuraufgabe 4	55
Klausuraufgabe 5	56
Anhang	
Literatur.....	57
Stichwortverzeichnis.....	58