

Inhaltsverzeichnis

1 Marketingplanung	7
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	17
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	36

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