

Inhaltsverzeichnis

1. Marktanalysen	7
1.1 <i>Marketing als Managementaufgabe</i>	7
1.2 <i>Märkte und Marktsegmentierungen</i>	9
1.3 <i>Marktuntersuchung</i>	12
1.3.1 <i>Markterkundung</i>	12
1.3.2 <i>Marktforschung</i>	12
1.3.3 <i>Marktanalysen</i>	17
1.3.4 <i>Marktbeobachtungen</i>	23
1.3.5 <i>Marktprognosen</i>	23
2. Marketingziele	24
2.1 <i>Unternehmensgrundsätze und -ziele</i>	24
2.2 <i>Definition von Marketingzielen</i>	26
3. Marketingkonzepte	28
3.1 <i>Situationsanalyse</i>	28
3.2 <i>Beachtung von Marketingzielen</i>	29
3.3 <i>Marketingmaßnahmen</i>	29
3.4 <i>Marketing-Budget</i>	32
3.5 <i>Marketing-Controlling</i>	33
4. Marketing-, Sponsoring-, und Fundraising-Maßnahmen	34
4.1 <i>Produkt- und Dienstleistungspolitik</i>	34
4.2 <i>Kommunikationspolitik</i>	34
4.2.1 <i>Wettbewerbsbeschränkungen und -verbote</i>	34
4.2.2 <i>Öffentlichkeitsarbeit</i>	36
4.2.3 <i>Persönlicher Verkauf</i>	41
4.2.4 <i>Verkaufsförderung</i>	41

4.2.5	Direktmarketing	42
4.2.6	Fundraising	42
4.3	Kontrahierungspolitik	46
4.4	Distributionspolitik	47
4.5	Servicepolitik	47
4.6	Konzept eines Marketing-Mix	49
5.	Methoden des Sozialmarketings	50
5.1	Sozialmarketing	50
5.2	Methoden des Sozialmarketings	50
5.2.1	Bildung und Pflege von Netzwerken und Kooperationen	50
5.2.2	Lobbyarbeit	51
5.2.3	Zusammenarbeit mit Kostenträgern	51
5.2.4	Zusammenarbeit mit Beratungs- und Kontrollbehörden	52
5.3	Spezielle Erscheinungsformen	52
6.	Maßnahmen im Gesundheitsmarketing	53
6.1	Gesundheitsmarketing	53
6.2	Maßnahmen des Gesundheitsmarketings	53
6.2.1	Bildung und Pflege von Netzwerken	53
6.2.2	Bildung und Pflege von Kooperationen	54
6.2.3	Lobbyarbeit	54
6.2.4	Zusammenarbeit mit Kostenträgern	55
6.2.5	Zusammenarbeit mit Beratungs- und Kontrollbehörden	55
6.3	Spezielle Erscheinungsformen	56
	Stichwortverzeichnis	57