

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 <i>Sozialmarketing</i>	50
5.2 <i>Methoden des Sozialmarketings</i>	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 <i>Spezielle Erscheinungsformen</i>	52
 6. Maßnahmen im Gesundheitsmarketing	 53
6.1 <i>Gesundheitsmarketing</i>	53
6.2 <i>Maßnahmen des Gesundheitsmarketings</i>	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 <i>Spezielle Erscheinungsformen</i>	56
 Stichwortverzeichnis	 57