

Inhalt

Vorwort zur zweiten Auflage..... V

Vorwort zur ersten Auflage.....VII

Teil I: Grundlagen des Marketing 1

1 Grundlagen des Marketing 3

Teil II: Informationsmanagement im Marketing 9

2 Konsumentenverhalten 11

3 Marktforschung 17

Teil III: Strategische Marketingplanung 23

4 Strategisches Marketing..... 25

5 Customer Relationship Management 35

Teil IV: Operative Marketingplanung 45

6 Produktpolitik..... 47

7 Preispolitik 59

8 Vertriebspolitik 67

9 Kommunikationspolitik..... 81

Teil V: Marketing in speziellen Anwendungskontexten..... 89

10 Investitionsgütermarketing..... 91

11 Dienstleistungsmarketing 97

12 Online-Marketing..... 109

13 Internationales Marketing 113

Literatur..... 123

Die Autoren..... 125