

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Marketingplanung.....</b>	<b>11</b>
1.1	Marketingprozess.....	11
1.2	Marketing-Ziele .....	12
1.3	Marketingstrategien .....	14
1.3.1	Arten von Strategien.....	14
1.3.2	Strategische Marketingplanung u. -analyse.....	18
1.4	Marketingplan.....	24
<b>2</b>	<b>Marketinginstrumentarium.....</b>	<b>25</b>
2.1	Marketinginstrumente .....	25
2.2	Produktpolitik.....	26
2.2.1	Produktgestaltung .....	27
2.2.2	Programm- und Sortimentspolitik.....	30
2.2.3	Servicepolitik .....	32
2.3	Preispolitik .....	34
2.3.1	Kostenorientierte Preisgestaltung .....	35
2.3.2	Konkurrenzorientierte Preisgestaltung .....	37
2.3.3	Nachfrageorientierte Preisgestaltung .....	38
2.3.4	Preisdifferenzierung .....	38
2.3.5	Preisvariation .....	40
2.3.6	Konditionenpolitik.....	40
2.4	Distributionspolitik.....	42
2.5	Kommunikationspolitik .....	47
2.5.1	Werbung.....	47
2.5.2	Verkaufsförderung .....	51
2.5.3	Public Relations.....	51
2.5.4	Sponsoring .....	52
2.6	Marketing-Mix.....	53

<b>3 Vertriebsmanagement.....</b>	<b>55</b>
3.1 Vertriebsorganisation.....	55
3.2 Vertriebscontrolling .....	61
<b>4 Internationale Geschäftsbeziehungen.....</b>	<b>65</b>
4.1 Einführung in den Außenhandel.....	65
4.2 Kooperationen im Außenhandel.....	68
4.3 Interkulturelle Kommunikation .....	70
<b>5 Spezielle Rechtsaspekte .....</b>	<b>73</b>
5.1 Wettbewerbsrecht .....	73
5.1.1 Verbot des unlauteren Wettbewerbs (UWG).....	74
5.1.2 Kartellverbot (GWB).....	75
5.2 Markenrecht.....	76
5.2.1 Schutz von Marken u. geschäftl. Bezeichnungen....	76
5.2.2 Beginn und Ende des Markenschutzes .....	77
5.3 Verbraucherschutz.....	78
5.3.1 Besonderheiten des Verbrauchsgüterkaufs.....	78
5.3.2 Widerrufsrecht bei Verbraucherverträgen .....	79
5.3.3 Einbeziehung und Inhaltskontrolle von AGB.....	79
<b>Anhang A: Fragen/Aufgaben zur Prüfungssimulation .....</b>	<b>81</b>
<b>Anhang B: Lösungen zu den Aufgaben.....</b>	<b>87</b>
<b>Anhang C: Tipps zur Prüfung .....</b>	<b>95</b>
<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>97</b>