

Inhaltsverzeichnis

1	Marketingplanung.....	11
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
2	Marketinginstrumentarium.....	25
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

3 Vertriebsmanagement.....	55
3.1 Vertriebsorganisation.....	55
3.2 Vertriebscontrolling	61
4 Internationale Geschäftsbeziehungen.....	65
4.1 Einführung in den Außenhandel.....	65
4.2 Kooperationen im Außenhandel.....	68
4.3 Interkulturelle Kommunikation	70
5 Spezielle Rechtsaspekte	73
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
Anhang A: Fragen/Aufgaben zur Prüfungssimulation	81
Anhang B: Lösungen zu den Aufgaben.....	87
Anhang C: Tipps zur Prüfung	95
Stichwortverzeichnis.....	97