

1	Rahmenbedingungen	7
1.1	Marketingforschung	7
1.2	Marktforschung	8
1.3	Externe Marketingrahmenbedingungen	19
1.4	Interne Marketingrahmenbedingungen.....	20
1.5	Analyse und Prognose	21
2	Zielprogramm	25
2.1	Strategische Bedeutung	25
2.2	Operatives Marketingzielsystem	29
3	Marketingstrategien.....	31
3.1	Produktpolitik	39
3.2	Preispolitik	49
3.3	Distributionspolitik	54
3.4	Kommunikationspolitik	57
3.5	Marketing-Mix	66
4	Marketingaktivitäten.....	71
4.1	Strategiegerechte Ableitung.....	71
4.2	Management der Instrumente.....	71
4.3	Marketingorganisation	72
5	Kontrollverfahren.....	79
	Alphabetisches Register.....	92