

Inhalt

Vorwort zur dritten Auflage.....	V
Vorwort zur zweiten Auflage.....	VI
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	19
Teil III: Strategische Marketingplanung	29
4 Strategisches Marketing.....	31
5 Customer Relationship Management	41
Teil IV: Operative Marketingplanung	57
6 Produktpolitik	59
7 Preispolitik.....	73
8 Vertriebspolitik	83
9 Kommunikationspolitik.....	99
Teil V: Marketing in speziellen Anwendungskontexten	107
10 Investitionsgütermarketing.....	109
11 Dienstleistungsmarketing	115
12 Online-Marketing	127
13 Internationales Marketing	133
Literatur	143
Die Autoren.....	145