

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Fallbeispielverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XI
1 Marktorientiertes Management	1
1.1 Marketing als Philosophie	1
1.2 Marketing als Unternehmensfunktion	4
1.3 Markt und Marktgrößen	9
1.4 Konsumgütermarkt	13
1.5 Industriegütermarkt	18
Übungsaufgaben zum marktorientierten Management	23
2 Marketingforschung	25
2.1 Gegenstand und Ablauf der Marketingforschung	25
2.2 Methoden der Datenerhebung	27
2.3 Methoden der Datenanalyse	33
Übungsaufgaben zur Marketingforschung	35
3 Marketingziele	37
3.1 Zielsetzungen auf Unternehmensebene	37
3.2 Zielsetzungen im Marketing	40
Übungsaufgaben zu Marketingzielen	45
4 Marketingstrategien	47
4.1 Kundenorientierte Marketingstrategien	48
Übungsaufgaben zu kundenorientierten Marketingstrategien	65
4.2 Wettbewerbsorientierte Marketingstrategien	66
Übungsaufgaben zu wettbewerbsorientierten Marketingstrategien	71
4.3 Übergreifende Marketingstrategien	72
Übungsaufgaben zu übergreifenden Marketingstrategien	78

5	Marketinginstrumente	79
5.1	Produktpolitik	79
	Übungsaufgaben zur Produktpolitik	105
5.2	Preispolitik	106
	Übungsaufgaben zur Preispolitik	123
5.3	Distributionspolitik	124
	Übungsaufgaben zur Distributionspolitik	142
5.4	Kommunikationspolitik	143
	Übungsaufgaben zur Kommunikationspolitik	161
5.5	Marketingmix	162
	Übungsaufgaben zum Marketingmix	165
6	Marketingimplementierung	167
6.1	Marketingorganisation	167
6.2	Marketinginformationssystem	177
6.3	Marketingkultur und personales Element	178
	Übungsaufgaben zur Marketingimplementierung	181
7	Marketingcontrolling	183
7.1	Strategisches Marketingcontrolling	183
7.2	Operatives Marketingcontrolling	185
	Übungsaufgaben zum Marketingcontrolling	188
	Literaturverzeichnis	189
	Stichwortverzeichnis	195