

Kölner Absatzwirtschaftliche Dokumentation

Band 2

Bibliographie der Marketingliteratur

Verzeichnis deutschsprachiger Literatur ab 1945

Zusammengestellt von Dr. Rüdiger Schiller
unter Mitarbeit von Dr. Friederike Kästing

C. E. Poeschel Verlag

Inhaltsverzeichnis

VorwortV
Einführung über Inhalt und Anlage der Bibliographie.X
I. InhaltXI
II. Gliederung und Titeluordnung.XII
III. Titelaufnahme und Quellen.XIV
IV. Hinweise zur Benutzung der Bibliographie.XVII
TeilA	
Monographien, Nachschlage-und Sammelwerke.1
1. Abschnitt: Grundlagen des Marketing.2
1. Absatzwirtschaft/Marketing.2
1. Gesamtdarstellungen (einschließlich Absatzpolitik).2
2. Nachschlage-und Sammelwerke.10
3. Absatzwirtschaft, Einzelfragen.14
II. Beschaffungswirtschaft15
1. Gesamtdarstellungen (einschließlich Beschaffungspolitik).15
2. Beschaffungspraxis.18
3. Beschaffungswirtschaft, Einzelfragen.23
III. Planwirtschaftliche Absatzwirtschaft.25
IV. Marketingtheorie und-forschung.31
V. Marketingumwelt40
1. Markttheorie (eine Auswahl).40
2. Marktkonstellation.43
3- Marktgegebenheiten.46
4. Umweltveränderungen (einschließlich Futurologie).49
5. Marketing und Konsumgesellschaft54
6. Marketingumwelt, Einzelfragen.58
VI. Marktsoziologie und-Psychologie.59
1. Marktsoziologie und-Psychologie, allgemein59
2. Konsumentenverhalten.62
3. Diffusion.70
4. Image.72
5. Mode.74
2. Abschnitt:Marketingpolitik.76
I. Produkt-und Programmpolitik.76
1. Produktpolitik, allgemein.76
2. Produktplanung und-einführung.77
3. Produktlebenszyklus.84
4. Produktsystematik86

5.	Produktgestaltung	87
	(a) Produktgestaltung, allgemein	87
	(b) Produktqualität	89
	(c) Design	90
	(d) Markierung und Markenpolitik	92
	(e) Gütesicherung	97
	(f) Typenbeschränkung	99
	(g) Produktdifferenzierung und-Variation	100
6.	Programm-und Sortimentspolitik	101
	(a) Produktionsprogramm	101
	(b) Handelssortiment	103
	(c) Diversifizierung	106
7.	Verpackung, akquisitorische	108
8.	Servicepolitik (einschließlich Garantie)	110
9.	Produkt-und Programmpolitik, Einzelfragen	112
II.	Preis-und Konditionenpolitik	113
	1. Preispolitik und Preisdifferenzierung	113
	2. Preisbildung	118
	3. Tarifpolitik	120
	4. Konditionenpolitik	122
	(a) Absatzfinanzierung	122
	(b) Skonto und Rabatt	125
	(c) Lieferbedingungen	126
III.	Distributionspolitik	127
	1. Absatzwege und Vertriebssysteme	127
	2. Marketinglogistik (einschließlich physische Distribution)	134
	3. Standort	137
IV.	Kommunikationspolitik	139
	1. Marketingkommunikation, allgemein	139
	2. Werbung	141
	3. Verkaufsförderung	145
	4. Persönlicher Verkauf	147
	5. Public Relations	157
V.	Marketing-Mix	162
VI.	Marketing-Strategien	164
	1. Marktsegmentierung	164
	2. Vertikales Marketing	166
	3. Absatzbindung	167
	4. Preisbindung und -empfehlung	168
	5. Marketingkooperation	175
	6. Vertragsvertrieb	178
	7. Franchising	179
	8. Internationales Marketing	180
3.	Abschnitt .Durchführung des Marketing	182
I.	Marketinginformation und Marktforschung	182
II.	Marketingorganisation	186
	1. Marketingorganisation, allgemein	186
	2. Marketinginformationssysteme	189
	3. Produktmanagement	191
	4. Außendienst	193

III. Marketingplanung und Marketingprognose	200
1. Marketingplanung	200
2. Marketingziele	204
3. Marketingprognose	205
4. Marketing und EDV	208
5. Marketing und Netzplantechnik	210
IV. Marketingkontrolle und Absatzkostenrechnung	211
V. Marketingpraxis	216
1. Marketingpraxis, allgemein	216
2. Checklisten	218
3. Fallbeispiele und-Studien	221
VI. Marketingberuf	224
VII. Gesetzliche Regelungen	226
4. Abschnitt Anwendungsbereiche des Marketing	227
I. Investitions-und Produktionsgüter (einschließlich Grundstoffe)	227
II. Energie	231
III. Agrargüter, Nahrungs-und Genußmittel	232
IV. Textilien und Bekleidung	238
V. Pharmazeutika	240
VI. Druckerzeugnisse	241
VII. Handel	242
VIII. Banken	244
IX. Versicherungen	249
X. Verkehr	252
XI. Touristik	253
XII. Mittel-und Kleinbetriebe	254
XIII. Nonprofit-Organisationen	256
XIV. Personal	257
XV. Sonstige Anwendungsbereiche	258
TeilB	
Beiträge in Nachschlage-und Sammelwerken, kleine Schriften, Vorträge	263
TeilC	
Bibliographien, Zeitschriften und Schriftenreihen	447
1. Abschnitt:Bibliographien	448
2. Abschnitt Zeitschriften	453
3. Abschnitt:Schriftenreihen	457
4. Abschnitt: Publikationen der Katalogkommission.	464
TeilD	
Ergänzende Titel	465
1. Abschnitt: Nachzutragende Titel	466
2. Abschnitt: Vorankündigungen	472
3. Abschnitt: Titel mit ungeprüften Angaben	476
Registerteil	495
Personenregister	496
Institutionenregister	552
Sachregister	562
Branchen-und Produktregister	588