

Heribert Meffert (Herausgeber)

Lexikon der aktuellen Marketing-Begriffe



Fischer
Taschenbuch
Verlag

Inhalt

Vorwort11
Das Marketing in der Betriebswirtschaftslehre13
1. Philosophie und Anspruchsspektrum des Marketing	13
2. Paradigmen der Marketingwissenschaft	20
3. Informations- und Verhaltensgrundlagen des Marketing	34
4. Strategisches Marketing	36
5. Operatives Marketing	40
6. Implementierung des Marketing	46
7. Beitrag des Marketing zum Gesamterfolg der Unternehmung	51
Lexikon der aktuellen Marketing-Begriffe63
Affinity-Marketing65
Aktienmarketing69
Bankmarketing73
Beschaffungsmarketing77
Customized Marketing82
I Database-Marketing87
Dienstleistungsmarketing92
Direct-Marketing97

Erlebnis-Marketing101
Euro-Marketing106
Event-Marketing110
Global-Marketing115
Guerilla-Marketing118
Handels-Marketing121
High-Tech-Marketing127
Image-Marketing131
Innovations-Marketing138
Integriertes Marketing143
Interaktives Marketing147
Internes Marketing153
Investitionsgüter-Marketing157
Lean-Marketing163
Makro-Marketing169
Marketing-Controlling173
Marketing für öffentliche Betriebe177
Marketing im West-Ost-Handel184
Maxi-Marketing188
Mega-Marketing192
Mobilitäts-Marketing195
/Multimedia-Marketing200
(Nachkauf-Marketing206
New Marketing211
Nischen-Marketing217
Öko-Marketing222
Public-Marketing225

Relationship-Marketing	230
Retention Marketing	234
Reverse-Marketing	238
Sozio-Marketing	242
Städte- und Regionen-Marketing	245
System-Marketing	250
Szenen-Marketing	254
Touristik-Marketing	259
Turbo-Marketing	265
Vertikales Marketing	271
Zielgruppen-Marketing	277
Zulieferermarketing	282
Literaturverzeichnis	289