

Heribert Meffert

Marketing Arbeitsbuch

Aufgaben - Fallstudien - Lösungen

8., aktualisierte und erweiterte Auflage



Inhaltsverzeichnis C

Kapitel 1: Marketingentscheidung und Marketingsituation	1
<i>Lernziele</i>	
1. Aufgaben	4
2. Lösungen zu den Aufgaben	15
3. Fallstudie	37
4. Lösungen zur Fallstudie	39
Kapitel 2: Marketing- und Käuferverhaltensforschung	43
<i>Lernziele</i>	
1. Aufgaben	46
2. Lösungen zu den Aufgaben	51
3. Fallstudie	64
4. Lösungen zur Fallstudie	67
Kapitel 3: Grundlagen der Absatzprognosemethoden	73
<i>Lernziele</i>	
1. Aufgaben	76
2. Lösungen zu den Aufgaben	80
3. Fallstudie	88
4. Lösungen zur Fallstudie	91
Kapitel 4: Preispolitik	97
<i>Lernziele</i>	
1. Preispolitik - Grundlagen	100
1.1 Aufgaben	100
1.2 Lösungen zu den Aufgaben	104
1.3 Fallstudie	119
1.4 Lösungen zur Fallstudie	121
2. Preispolitik - Monopol	125
2.1 Aufgaben	125
2.2 Lösungen zu den Aufgaben	130
2.3 Fallstudie	151
2.4 Lösungen zur Fallstudie	153
3. Preispolitik - Polypol und Oligopol	157
3.1 Aufgaben	157
3.2 Lösungen zu den Aufgaben	161
3.3 Fallstudie	181
3.4 Lösungen zur Fallstudie	182

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 5: Produktpolitik	185
<i>Lernziele</i>	
1. Aufgaben	188
2. Lösungen zu den Aufgaben	201
3. Fallstudie	223
4. Lösungen zur Fallstudie	227
Kapitel 6: Distributionspolitik	231
<i>Lernziele</i>	
1. Aufgaben	234
2. Lösungen zu den Aufgaben	243
3. Fallstudie	257
4. Lösungen zur Fallstudie	261
Kapitel 7: Kommunikationspolitik	265
<i>Lernziele</i>	
1. Aufgaben	268
2. Lösungen zu den Aufgaben	279
3. Fallstudie	299
4. Lösungen zur Fallstudie	307
Kapitel 8: Marketingmix	313
<i>Lernziele</i>	
1. Aufgaben	316
2. Lösungen zu den Aufgaben	319
3. Fallstudie	328
4. Lösungen zur Fallstudie	336
Kapitel 9: Mixübergreifende Marketingentscheidungen	347
<i>Lernziele</i>	
1. Aufgaben	350
2. Lösungen zu den Aufgaben	363
3. Fallstudie	390
4. Lösungen zur Fallstudie	398
5. Fortsetzung der Fallstudie	402
Kapitel 10: Marketing-Grundstudiumsklausuren	409