

Internationales Marketing-Lexikon

Deutscher Marketing-Verband

Das Original-NIMA Marketing Lexicon entstand
unter der Verantwortung von:

Dr. Eric Waarts
Dr. John Koster
Dr. Nico Lamperjee
Dr. Ed Peelen

Die Deutsche Übersetzung wurde bearbeitet von:

Prof. Dr. Peter Godefroid
Prof. Dr. Hans Joachim Schmengler



Fortis FH

Inhalt

	Seite
Vorwort (Deutscher Marketing-Verband) _____	4
Foreword (European Marketing Confederation). _____	5
1. Grundlagen _____	7
2. Externes Umfeld (Mikro-/Makro-Umwelt) _____	21
3- Käuferverhalten _____	41
4- Marktforschung _____	101
5- Marketingplanung _____	165
6. Marken- und Produktpolitik _____	
7- Preispolitik _____	223
8. Distribution _____	259
9- Kommunikation _____	285
10. Vertriebsmanagement _____	313
n. Business-To-Business-Marketing _____	335
12. Dienstleistungsmarketing _____	351
13- Non-Profit-Marketing _____	359
14. Einzelhandelmarketing _____	365
15- Direktmarketing _____	379
16. Internationales Marketing.	405
17- Finanzielle Aspekte _____	425
18. Organisation _____	441
19- Rechtliche Aspekte	455
Allgemeines Literaturverzeichnis	
Sachwortverzeichnis _____	
Register Deutsch - Englisch	509
Register Englisch - Deutsch_	576
Liste der Mitglieder der European Marketing Confederation	639