

Alexander Hennig

Brückenkurs Marketing

Was Sie vor Vorlesungsbeginn wissen sollten

UVK Verlagsgesellschaft mbH · Konstanz
mit UVK/Lucius · München

Inhalt

1	Grundbegriffe des Marketings	7
	Definition	7
	Doppelfunktion des Marketings	8
	Marketing in der Unternehmensführung	8
	Marktforschung	10
	Kundenzufriedenheit und Kundenbindung	11
??)	Verständnisfragen	12
2	Strategisches Marketing	14
	Wettbewerbsvorteile	14
	Marktbearbeitungsstrategien	14
	Lebenszyklus-Analyse	15
	Portfolio-Analyse	17
	SWOT-Analyse	18
??)	Verständnisfragen	19
3	Produkt- und Programmpolitik	21
	Produktvariation und Produktdifferenzierung ...	21
	Servicepolitik	22
	Verpackungspolitik	23
	Programmpolitik	23
??)	Verständnisfragen	24
4	Markenpolitik	26
	Funktionen einer Marke	27
	Markenstrategien	28
??)	Verständnisfragen	29
5	Preis- und Konditionenpolitik	30
	Preisbestimmung	30
	Preisstrategien	31

	Preisdifferenzierung	31
	Konditionenpolitik	33
??)	Verständnisfragen	34
6	Distributionspolitik	36
	Distributionsorgane	37
	Absatzwegpolitik	39
	Verkaufstypologie	40
??)	Verständnisfragen	41
7	Kommunikationspolitik	43
	Kommunikationspolitische Instrumente	44
	Corporate Identity	47
??)	Verständnisfragen	48
8	Service	50
	Glossar	50
??)	Kreuzworträtsel	53
	Literaturtipps	56
	Stichwortverzeichnis	57