

Prof. Dr. Edwin Rühli / Dr. Hans Peter Wehrli  
(Herausgeber)

# Strategisches Marketing und Management

Konzeptionen in Theorie und Praxis

Prof. Dr. Jan S. Krulis-Randa zum 60. Geburtstag gewidmet

2. Auflage

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inv.-Nr.:	39.648
Abst.-Nr.:	A 28/1690
Sachgebiete:	5.1
	00255738

Verlag Paul Haupt Bern und Stuttgart

# Inhaltsverzeichnis

<i>Autorenverzeichnis</i>	8
<i>Edwin Rühli</i> Konzeptionelle Überlegungen zur marktorientierten Unternehmensführung	9
<i>Hans Peter Wehrli</i> Strategisches Marketing	24
<i>Peter Leumann</i> Strategie-Planung in rohstoff-bestimmter Umwelt	42
<i>Hans Udo Wenzel</i> Industrielles Marketing im multinationalen Unternehmen: Instrumente einer wettbewerbsorientierten Preispolitik	60
<i>Jürg Forster</i> Kontrolle von Marketing-Aktivitäten in der Swissair	79
<i>Beat Baumgartner</i> Anpassungstendenzen im Bereich der finanziellen Führung multinational tätiger Unternehmungen aufgrund der Umweltveränderungen der letzten Jahre	104
<i>Bruno Staffelbach</i> Personal-Marketing	124
<i>Kurt Staub</i> Strategisches Marketing für modische Produkte	144
<i>René Kühne</i> EAN und Scanning	161
<i>Malli Wolf</i> Anmerkungen zur Lancierung einer neuen Zeitschrift	184
<i>Jan S. Krulis-Randa</i> Publikationen	204