

Marketing-Schnittstellen

Herausforderungen für das Management

Herausgegeben von
Günter Specht, Günter Silberer und
Werner Hans Engelhardt

mit Beiträgen von
Bodo Abel, Klaus Backhaus, Erwin Dichtl, Rainer Eisele,
Werner Hans Engelhardt, Wolfgang Fritz, Rudolf Gumbel,
Ursula Hansen, Richard Köhler, Werner Kroeber-Riel,
Heribert Meffert, Wulff Plinke, Günter Silberer, Günter Specht,
Klaus Welzel, Klaus-Peter Wiedmann

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
Betriebswirtschaftslehre	
Inv.-Nr.:	40.735
Abstell-Nr.:	A28/1779
Sachgebiete:	5.1
	00256 629

C. E. Poeschel Verlag Stuttgart

Inhalt

1. Das wissenschaftliche Werk von Hans Raffée

Günter Silberer: Offenheit und Engagement – Die Konzeption einer Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und einer Marketingwissenschaft in den Beiträgen von Hans Raffée	11
--	----

2. Schnittstellen auf der Wissenschaftsebene

Rudolf Gümbel: Marketing und ökonomische Theorie	31
Wolfgang Fritz: Marketingwissenschaft und Wettbewerbstheorie	51
Bodo Abel: Ethik, Markt und Medien	69

3. Schnittstellen im Unternehmen

Erwin Dichtl: Produktauslegung und Fertigungstiefe als Determinanten der Wertschöpfung	87
Werner Hans Engelhardt: Absatzfunktion und strategisches Marketing – eine Schnittstellenanalyse	103
Richard Köhler: Marketing-Accounting	117
✂ Günter Specht: Qualitätsmanagement im Innovationsprozeß unter besonderer Berücksichtigung der Schnittstellen zwischen F&E und Vertrieb	141
✂ Klaus Welzel: Personalentwicklung als Marketingaufgabe	165

4. Schnittstellen zur Unternehmensumwelt

✂ Heribert Meffert / Manfred Kirchgeorg: Umweltschutz als Unternehmensziel	179
---	-----

	Ursula Hansen: Verbraucherpolitische Herausforderungen für das Handelsmarketing	201
/ x	Klaus-Peter Wiedmann: Gesellschaft und Marketing – Zur Neuorientierung der Marketingkonzeption im Zeichen des gesellschaftlichen Wandels	227
	Werner Kroeber-Riel: Das Suchen nach Erlebniskonzepten für das Marketing – Grundlagen für den sozialtechnischen Forschungs- und Entwicklungsprozeß	247
	Günter Silberer: Marketing und Kultur am Beispiel des Product Placement	265
	Klaus Backhaus: Zulieferer-Marketing – Schnittstellenmanagement zwischen Lieferant und Kunden	287
x	Wulff Plinke: Die Geschäftsbeziehung als Investition	305
	Rainer Eisele: Industriegütermärkte im Wandel – Auswirkungen auf die Unternehmensführung	327
	5. Publikationen von Hans Raffée	337
	6. Autoren dieses Buches	351