



Ralf Schellhase
Birgit Franken
Stephan Franken

Grundlagen des Marketing

Das Übungsbuch

Grundlagen des Marketing

Das Übungsbuch

ÜB Grundlagen des Marketing

Inhaltsverzeichnis

Grundlagen des Marketing

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 7

Die Autoren 8

Kapitel 1 - Die Bedeutung und Aufgaben des Marketing im 21. Jahrhundert 9

Lösungshinweise 11

Kapitel 2 - Marketing und Gesellschaft: Gesellschaftliche Verantwortung und Ethik im Marketing 19

Lösungshinweise 22

Kapitel 3 - Strategisches Marketing 29

Lösungshinweise 32

Kapitel 4 - Das Umfeld des Marketing 39

Lösungshinweise 41

Kapitel 5 - Das Kaufverhalten der Konsumenten 51

Lösungshinweise 53

Kapitel 6 - Märkte für Industriegüter Besonderheiten des Business-to-Business-Marketing 63

Lösungshinweise 65

Kapitel 7 - Marktforschung 77

Lösungshinweise 79

Kapitel 8 - Relationship-Marketing 91

Lösungshinweise 93

Kapitel 9 - Marktsegmentierung und Positionierung 99

Lösungshinweise 101

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 10 - Konkurrenzanalyse und Wettbewerbsstrategien 111

 Lösungshinweise 113

Kapitel 11 - Produktstrategie und Markenmanagement 123

 Lösungshinweise 125

Kapitel 12 - Die Entwicklung neuer Produkte und
 Produktlebenszyklusstrategien 135

 Lösungshinweise 138

Kapitel 13 - Marketing für Dienstleistungen 147

 Lösungshinweise 149

Kapitel 14 - Grundsatzüberlegungen und Strategien zur
 Preissetzung 159

 Lösungshinweise 161

Kapitel 15 - Integrierte Marketingkommunikation 169

 Lösungshinweise 172

Kapitel 16 - Werbung und Öffentlichkeitsarbeit 179

 Lösungshinweise 181

Kapitel 17 - Persönlicher Verkauf und Verkaufsförderung 189

 Lösungshinweise 191

Kapitel 18 - Direktmarketing und Online-Marketing 201

 Lösungshinweise 203

Kapitel 19 - Distribution und Logistik 213

 Lösungshinweise 215

Kapitel 20 - Die Welt als Marktplatz 227

 Lösungshinweise 229

Vorwort

 Die Autoren

Kapitel 1 - Die Bedeutung und Aufgaben des Marketing
 im 21. Jahrhundert

 Lösungshinweise



Inhaltsverzeichnis

Kapitel 2 - Marketing und Gesellschaft: Gesellschaftliche
Verantwortung und Ethik im Marketing

Lösungshinweise

Kapitel 3 - Strategisches Marketing

Lösungshinweise

Kapitel 4 - Das Umfeld des Marketing

Lösungshinweise

Kapitel 5 - Das Kaufverhalten der Konsumenten

Lösungshinweise

Kapitel 6 - Märkte für Industriegüter Besonderheiten
des Business-to-Business-Marketing

Lösungshinweise

Kapitel 7 - Marktforschung

Lösungshinweise

Kapitel 8 - Relationship-Marketing

Lösungshinweise

Kapitel 9 - Marktsegmentierung und Positionierung

Lösungshinweise

Kapitel 10 - Konkurrenzanalyse und
Wettbewerbsstrategien

Lösungshinweise

Kapitel 11 - Produktstrategie und Markenmanagement

Lösungshinweise

Kapitel 12 - Die Entwicklung neuer Produkte und
Produktlebenszyklusstrategien

Lösungshinweise

Kapitel 13 - Marketing für Dienstleistungen

Inhaltsverzeichnis

Lösungshinweise

Kapitel 14 - Grundsatzüberlegungen und Strategien zur
Preissetzung

Lösungshinweise

Kapitel 15 - Integrierte Marketingkommunikation

Lösungshinweise

Kapitel 16 - Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Lösungshinweise

Kapitel 17 - Persönlicher Verkauf und Verkaufsförderung

Lösungshinweise

Kapitel 18 - Direktmarketing und Online-Marketing

Lösungshinweise

Kapitel 19 - Distribution und Logistik

Lösungshinweise

Kapitel 20 - Die Welt als Marktplatz

Lösungshinweise

Ins Internet: Weitere Infos zum Buch, Downloads, etc.

Copyright

Copyright

Daten, Texte, Design und Grafiken dieses eBooks, sowie die eventuell angebotenen eBook-Zusatzdaten sind urheberrechtlich geschützt. Dieses eBook stellen wir lediglich als **persönliche Einzelplatz-Lizenz** zur Verfügung!

Jede andere Verwendung dieses eBooks oder zugehöriger Materialien und Informationen, einschließlich

- der Reproduktion,
- der Weitergabe,
- des Weitervertriebs,
- der Platzierung im Internet, in Intranets, in Extranets,
- der Veränderung,
- des Weiterverkaufs und
- der Veröffentlichung

bedarf der **schriftlichen Genehmigung** des Verlags. Insbesondere ist die Entfernung oder Änderung des vom Verlag vergebenen Passwortschutzes ausdrücklich untersagt!

Bei Fragen zu diesem Thema wenden Sie sich bitte an: info@pearson.de

Zusatzdaten

Möglicherweise liegt dem gedruckten Buch eine CD-ROM mit Zusatzdaten bei. Die Zurverfügungstellung dieser Daten auf unseren Websites ist eine freiwillige Leistung des Verlags. **Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.**

Hinweis

Dieses und viele weitere eBooks können Sie rund um die Uhr und legal auf unserer Website herunterladen:

<http://ebooks.pearson.de>