

Prof. Dr. Heinz Weinhold-Stünzi

# **Marketing in zwanzig Lektionen**

Ein Lehrwerk für das Marketing an Hochschulen, höheren Lehranstalten, Seminarien für Marketingleiter, Verkaufsmanager und Werbeleiter sowie für das Selbststudium

**18. Auflage**

FachmedAG • Verlag für Fachmedien • St.Gallen/Stuttgart/Steier

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung .....	11
1. Lektion: Management, Marketing und Marktwirtschaft...	15
2. Lektion: Der Markt - Soziologische und psychologische Grundlagen .....	41
3. Lektion: Marktgrößen, Marktsystem, Marktdynamik .....	65
4. Lektion: Das Marketingkonzept .....	107
5. Lektion: Die Marketingstrategie .....	121
6. Lektion: Grundsätzliches zum Marketing-Mix .....	149
7. Lektion: Die Marktleistungsgestaltung .....	173
8. Lektion: Die Preisgestaltung .....	211
9. Lektion: Marktbearbeitung I - Der Verkauf und die Verkaufsförderung .....	251
10. Lektion: Marktbearbeitung II - Die Werbung .....	291
11. Lektion: Die Distribution .....	335
12. Lektion: Die Verpackung .....	373
13. Lektion: Die Marketingtaktik .....	399
14. Lektion: Infrastruktur-Instrumente .....	413
15. Lektion: Das Direct-Marketing .....	459
16. Lektion: Das Indirect-Marketing .....	485
17. Lektion: Das Kundenstamm-Marketing .....	499
18. Lektion: Das internationale Marketing .....	529
19. Lektion: Der PC im Marketing .....	559
20. Lektion: Die Zukunft des Marketing .....	599
Sachregister .....	621
Branchen, Produkte, Firmen und Personen .....	635
Weiterführende Lektüre .....	639