

# Inhaltsverzeichnis

## Marketing – Checklisten für Prüfung und Praxis

<b>Version</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Audit</b>		X
<b>Ausbildung / Tagung</b>	X	X
<b>Balanced Score Card</b>		X
<b>Corporate Identity / SWOT-Raster / Marketing-Infrastruktur und -Mix</b>	X	X
<b>Customer Relationship Management (CRM)</b>	X	X
<b>Direct-Marketing</b>	X	X
<b>Distribution</b>	X	X
<b>E-Business / Internet</b>	X	X
<b>Event-Marketing</b>	X	X
<hr/>		
<b>Führung und Organisation</b>		
- 1: Reorganisations-Prozess	X	X
- 2: Projektorganisation, Stellenbeschrieb, Funktionendiagramm, Infoflussdiagramm	X	X
- 3: Führungskonzept, Qualifikationssystem, Delegation	X	X
- 4: Entlohnung, Berichts-/Rapportsysteme, Sitzungsgestaltung, Personalselektion	X	X
<b>Internationales Marketing</b>		X
<b>Käuferverhalten 1 + 2</b>		X
<b>Kommunikation</b>	X	X
<b>Logistik</b>	X	X
<hr/>		
<b>Markenstrategie</b>	X	X
<b>Marketing-Informationssystem / MAIS</b>		X
<b>Marketing-Planungssystematik</b>	X	X
<b>Marketingstrategie</b>	X	X
<b>Marktforschung</b>		
- 1: Erhebungs-/Forschungsmethoden, Methoden der Primärforschung	X	X
- 2: Fragebogen, Stichprobe, Marktsegmentierung	X	X
- 3: Mafo-Prozess/-Briefing, Forschungsbereiche/-methoden, Befragungsgrößen/-kosten/-zeit	X	X
<b>Messen / Ausstellungen</b>	X	X
<b>Operative Preisbildung</b>	X	X
<b>Public Relations: PR-Konzept, Checkliste Pressekonferenz</b>	X	X
<b>Produkte- / Sortimentspolitik / Preisstrategien</b>	X	X
<b>Produkteplanung</b>	X	X
<hr/>		
<b>Sponsoring</b>	X	X
<b>Standort-Konzept</b>	X	X
<b>Statistik</b>	X	X
<b>Strategische Führungsinstrumente der Unternehmung</b>	X	X
<b>Strategische Unternehmensplanung</b>	X	X
<b>Verkaufsförderung</b>	X	X
<b>Verkaufsplanung</b>	X	X
<b>Werbung</b>	X	X
<b>Quellenverzeichnis</b>	X	X
<b>Abkürzungen</b>	X	X
<hr/>		
<b>Preise (inkl. Versand + MWST)</b>	<b>80.--</b>	<b>100.--</b>